



Sozialwissenschaftliches Institut der Bundeswehr

Berufswahl Jugendlicher und Interesse an einer Berufstätigkeit bei der Bundeswehr

Ergebnisse der Jugendstudie des
Sozialwissenschaftlichen Instituts der Bundeswehr

Thomas Bulmahn

Forschungsbericht 80

Mai 2007

Impressum

Herausgeber: Sozialwissenschaftliches Institut der Bundeswehr

Verantwortlich für den Inhalt: Dr. Thomas Bulmahn

Anschrift: PF 1142, 15331 Strausberg

Tel.: 03341 58 1835; Fax: 03341 58 1802

E-Mail: Thomas.Bulmahn@bundeswehr.org

Internet: www.sowi.bundeswehr.de

© Sozialwissenschaftliches Institut der Bundeswehr

ISSN 0342-2569

Nachdruck nur mit Genehmigung des Herausgebers. Belege erbeten.

Druck: Wehrbereichsverwaltung Ost, Mai 2007

Sozialwissenschaftliches Institut der Bundeswehr

**Berufswahl Jugendlicher und
Interesse an einer
Berufstätigkeit bei der
Bundeswehr**

Ergebnisse der Jugendstudie des
Sozialwissenschaftlichen Instituts der Bundeswehr

Thomas Bulmahn

Forschungsbericht 80

Strausberg, Mai 2007

Inhaltsverzeichnis

1	Kurzfassung	5
2	Einleitung	9
2.1	Herausforderungen für die Nachwuchswerbung der Bundeswehr	9
2.2	Erkenntnisinteresse und Auftraggeber	16
2.3	Forschungsfragen	18
3	Theorien der Berufswahl	19
3.1	Kongruenztheoretische Ansätze	19
3.2	Entwicklungstheoretische Entwürfe	21
3.3	Lerntheoretische Vorstellungen	22
3.4	Entscheidungstheoretische Konzepte	23
3.5	Allokationstheoretische Konzepte	24
3.6	Integrative Modelle	26
3.7	Militärsoziologische Berufswahlforschung	27
4	Organisation und Design der Studie	29
4.1	Datenerhebung	29
4.2	Grundgesamtheit und Stichprobe	29
4.3	Befragungszeit und Interviewereinsatz	30
4.4	Gewichtung	30
5	Ergebnisse	31
5.1	Interesse an einer beruflichen Tätigkeit bei der Bundeswehr	31
5.2	Präferenzen interessierter Jugendlicher	35
5.3	Erwartete Reaktionen des sozialen Umfeldes	37
5.4	Attraktivität der Bundeswehr als Armee im Auslandseinsatz	40
5.5	Kommunikation mit interessierten Jugendlichen	44
5.6	Berufswahlbezogene Motivstrukturen Jugendlicher	55
5.7	Ansehen des Soldatenberufs im Vergleich	61
5.8	Vorstellungen Jugendlicher vom Soldatenberuf	65
6	Zusammenfassung der Ergebnisse und Schlussfolgerungen	71
7	Literaturverzeichnis	81
8	Fragebogen	85

1 Kurzfassung

Die Nachwuchswerbung und -gewinnung der Bundeswehr steht infolge des demografischen Wandels in Deutschland vor erheblichen Herausforderungen. In den kommenden Jahren werden immer weniger Jugendliche die Schulen verlassen, um eine Berufsausbildung zu beginnen oder eine Erwerbstätigkeit aufzunehmen. Bis zum Jahr 2011 wird sich in Ostdeutschland die Zahl der Absolventen und Abgänger aus allgemeinbildenden Schulen nahezu halbieren. Bundesweit ist bis 2020 mit einem Rückgang um 19 Prozent zu rechnen. Man kann davon ausgehen, dass sich der Wettbewerb um die besser gebildeten, motivierten und leistungsbereiten Jugendlichen, wie er bereits heute in einigen Berufsgruppen und Branchen besteht, ausweiten und verschärfen wird.

Erkenntnisse darüber, wie geeignete Jugendliche für eine berufliche Perspektive bei der Bundeswehr interessiert werden können, wie man sie für den Soldatenberuf begeistern und zu einer Bewerbung ermuntern kann, sind entscheidende Voraussetzungen für eine optimale Gestaltung der Nachwuchswerbung, um auch in Zukunft die Personalgewinnung der Bundeswehr in quantitativer und qualitativer Hinsicht für alle Laufbahngruppen sicherzustellen. Im Auftrag des Bundesministeriums der Verteidigung (BMVg) führt das Sozialwissenschaftliche Institut der Bundeswehr daher regelmäßig bundesweite Jugendbefragungen zum Themenbereich „Berufswahl Jugendlicher und Nachwuchswerbung der Bundeswehr“ durch. Dabei werden mehr als 2 000 Jugendliche im Alter von 14 bis 23 Jahren zu ihren beruflichen Zielen und Wünschen, zu ihren Ansichten zur Bundeswehr, ihren Vorstellungen vom Soldatenberuf sowie ihrem Interesse an einer beruflichen Tätigkeit bei der Bundeswehr befragt.

Das Konzept der Studie wurde ausgehend vom Erkenntnisinteresse des Bundesministeriums der Verteidigung in enger Zusammenarbeit mit der Abteilung Personal-, Sozial- und Zentralangelegenheiten (PSZ), Referat Personalmarketing (PSZ/PM) erarbeitet. Im Mittelpunkt stehen folgende Fragen: Wie groß ist das Interesse Jugendlicher an einer beruflichen Tätigkeit bei der Bundeswehr? Was spricht aus ihrer Sicht für eine solche Perspektive und was spricht dagegen? Welche Gelegenheiten zur Information über die Bundeswehr werden genutzt und welche Informationsmöglichkeiten werden gewünscht? Was erwarten Jugendliche von einer Berufstätigkeit bei der Bundeswehr und wie wichtig sind ihnen verschiedene Merkmale einer beruflichen Tätigkeit? Im vorlie-

genden Forschungsbericht werden die Ergebnisse der bundesweiten Jugendbefragung 2005 präsentiert.

Im Rahmen der Untersuchung wird deutlich, dass sich viele Jugendliche zumindest für eine gewisse Zeit eine berufliche Perspektive bei der Bundeswehr vorstellen können – entweder als Soldat/Soldatin oder als ziviler Mitarbeiter/zivile Mitarbeiterin (vgl. Abschnitt 5.1). Allerdings haben nur wenige diese Möglichkeit schon einmal ernsthaft erwogen. Viele Jugendliche, die sich für eine Berufstätigkeit bei der Bundeswehr grundsätzlich interessieren, haben konkrete Wünsche in Bezug auf die angestrebte Laufbahn bzw. die Verpflichtungszeit (vgl. Abschnitt 5.2). In den meisten Fällen handelt es sich dabei jedoch um sehr vage und durchaus modifizierbare Vorstellungen. Weiterhin zeigt sich, dass Eltern, Geschwister, Freunde bzw. Partner einen erheblichen Einfluss auf den Prozess der Berufsfindung und letztlich auch auf die Berufsentscheidung haben (vgl. Abschnitt 5.3). Es zeigt sich zudem, dass die interessierten Jugendlichen die gesamte Palette der angebotenen Informationsmöglichkeiten nutzen, um sich über die beruflichen Möglichkeiten bei der Bundeswehr zu informieren (vgl. Abschnitt 5.5). Die interessierten jungen Männer und Frauen wünschen sich vielfältige Informationsangebote der Bundeswehr. Gelegenheiten zu persönlichen Kontakten und Gesprächen vor Ort stehen dabei an erster Stelle.

Weitere statistische Analysen führen zu dem Ergebnis, dass intrinsische Motivatoren das Interesse an einer Berufstätigkeit bei der Bundeswehr stärker beeinflussen als extrinsische Motivatoren (vgl. Abschnitt 5.6). Den größten Einfluss auf das Interesse an einer Berufstätigkeit bei der Bundeswehr hat die Erwartung, dass es sich um eine herausfordernde und interessante Tätigkeit handelt. Von großer Bedeutung ist auch die Auffassung, dass die Tätigkeit allgemein anerkannt und geachtet wird, dass es sich um eine nützliche Tätigkeit handelt bzw. dass man sich weiterentwickeln kann. Junge Männer, die annehmen, dass ihnen die Bundeswehr diese Dinge bietet, sind überdurchschnittlich interessiert. Die Sicherheit des Arbeitsplatzes und die gute Bezahlung werden von den meisten Jugendlichen zwar ebenfalls als wichtige Merkmale einer beruflichen Tätigkeit angesehen, der tatsächliche Einfluss dieser Faktoren auf das Interesse an einer Berufstätigkeit bei der Bundeswehr ist jedoch wesentlich geringer als der Effekt der oben genannten Faktoren. Darüber hinaus zeigt die Untersuchung, dass das Ansehen des Soldatenberufs geringer ist als das vieler anderer Berufe (vgl. Abschnitt 5.7). Die Ursachen für die Imagedefizite können durch entsprechende Analysen identifiziert werden (vgl. Abschnitt 5.8).

Aus der Fülle der im Rahmen der Jugendstudie gewonnenen Erkenntnisse lassen sich zahlreiche konkrete Empfehlungen für den Bereich der Nachwuchswerbung der Bundeswehr ableiten (vgl. Abschnitt 6). Die Werbemaßnahmen der Bundeswehr sollten in Anbetracht der demografischen Entwicklung intensiviert werden, und zwar mit dem Ziel, das Wissen der Jugendlichen über die vielfältigen beruflichen Möglichkeiten bei der Bundeswehr zu erhöhen. Zudem sollten die Erwartungen der Jugendlichen an eine berufliche Tätigkeit bei der Bundeswehr im Rahmen der Nachwuchswerbung zielgerichtet, d. h. in erster Linie bedarfsgerecht thematisiert werden. Weil das soziale Umfeld für die Berufsfindung eine herausragende Bedeutung besitzt, sollten die Eltern, Freunde und Partner der interessierten Jugendlichen als wichtige Zielgruppen der Nachwuchswerbung identifiziert und mit geeigneten Kommunikationsangeboten angesprochen werden. Die breite Palette der Informationsangebote über die beruflichen Möglichkeiten bei der Bundeswehr sollte erhalten und soweit möglich weiter ausdifferenziert werden, um den verschiedenen Informationsbedürfnissen in der Berufsfindungsphase sowie den unterschiedlichen Kommunikationsstilen der Interessentengruppen gerecht zu werden.

2 Einleitung

2.1 Herausforderungen für die Nachwuchswerbung der Bundeswehr

Wie jede Organisation steht auch die Bundeswehr immer wieder vor der Aufgabe, ihre Personalstruktur zu regenerieren. Im *Weißbuch 2006 zur Sicherheitspolitik Deutschlands und zur Zukunft der Bundeswehr* heißt es hierzu: „Gut ausgebildete, gleichermaßen leistungsfähige wie leistungswillige Soldatinnen und Soldaten sowie zivile Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sind Grundvoraussetzung für die Einsatzbereitschaft der Bundeswehr. Die Bundeswehr ist einer der größten Arbeitgeber in Deutschland. Sie bietet jedes Jahr über 20.000 jungen Frauen und Männern attraktive Arbeitsplätze als Soldatin und Soldat oder in einem zivilen Beschäftigungsverhältnis.“ (Bundesministerium der Verteidigung 2006: 154).

Bisher konnten die Streitkräfte ihren Personalbedarf unter qualitativen wie auch quantitativen Gesichtspunkten weitgehend decken und frei werdende Dienstposten mit geeignetem Nachwuchs besetzen (vgl. Bundesministerium der Verteidigung 2005: 1–20). In Anbetracht der sich abzeichnenden Entwicklungen in Militär und Gesellschaft muss man allerdings davon ausgehen, dass sich die Situation in den kommenden Jahren verschärfen wird. Die größten Herausforderungen ergeben sich dabei organisationsintern aus den steigenden Anforderungen an das Personal in einer sich transformierenden Bundeswehr und organisationsextern aus den Folgen des demografischen Wandels in der Bundesrepublik Deutschland.

Seit Anfang der 1990er Jahre haben sich die sicherheitspolitischen, gesellschaftlichen, wirtschaftlichen und technologischen Rahmenbedingungen für die Bundeswehr grundlegend verändert. Ein Ende dieses Wandels ist nicht in Sicht. Eher scheint das Gegenteil der Fall zu sein: Dynamik und Komplexität der Veränderungen nehmen nach allgemeiner Einschätzung weiter zu. Mit singulären Reformen kann die Bundeswehr diesen Veränderungen nicht mehr gerecht werden. Sie muss sich als Organisation vielmehr kontinuierlich und vorausschauend an die veränderten Rahmenbedingungen anpassen, um auch unter schwer vorhersehbaren Zukunftsbedingungen ihren Beitrag zur Sicherheit Deutschlands leisten zu können. Der eingeleitete Prozess der Transformation der Bun-

deswehr, der alle Bereiche von der Ausrüstung und Bewaffnung über die Aufgaben und Einsätze der Streitkräfte bis hin zur Personalstruktur umfasst, dient diesem Ziel.

Die Transformation bringt ganz besondere Herausforderungen für die Angehörigen der Bundeswehr mit sich. Viele Entwicklungen, sowohl die neuen Chancen als auch die unvermeidbaren Belastungen des Wandels und die sich ergebenden erheblichen Unsicherheiten, werden von den an einer beruflichen Perspektive bei der Bundeswehr interessierten Jugendlichen registriert und bestimmen die Berufswahl mit.

Mit der Transformation der Bundeswehr ergeben sich zudem höhere Anforderungen an die Soldatinnen und Soldaten. Insbesondere die zukünftigen Vorgesetzten müssen über besondere Kompetenzen verfügen. Der Generalinspekteur der Bundeswehr, General Wolfgang Schneiderhan, hat in einem Vortrag zum Thema „Die Bundeswehr im Transformationsprozess“ Schlüsselkompetenzen für militärische Vorgesetzte in Zeiten der Transformation definiert: „Menschenführung – Schlüsselkompetenz unseres Berufs – und Vertrauen in die Fähigkeiten des militärischen Führers behalten unter den Bedingungen des dynamischen Wandels und abnehmender Planbarkeit ihre herausragende Bedeutung. Die Bundeswehr benötigt in Zukunft engagiertes Führungspersonal mit hoher interkultureller und sozialer Kompetenz. Es muss zum ganzheitlichen Denken befähigt, kommunikativ und gleichermaßen konflikt- wie konsensfähig sein. Wir brauchen flexible militärische Führer, die lernwillig und lernfähig sind und auf deren rasche Urteilsfähigkeit wir uns verlassen können. Vor allem aber müssen sie in erster Linie nach wie vor körperlich wie mental belastbar sein. Gefordert ist weiterhin eine charakterstarke und in der Urteilskraft gefestigte Persönlichkeit mit emotionaler und moralischer Stabilität, die auch in Krisensituationen unter hohem psychischen und physischen Druck bestehen kann.“ (Vortrag des Generalinspektors der Bundeswehr, General Wolfgang Schneiderhan, am 15. März 2006 beim Berliner Forum Zukunft der Deutschen Gesellschaft für Auswärtige Politik in Berlin).

Die Anforderungen an das militärische Personal werden in Anbetracht der sicherheits- und verteidigungspolitischen Entwicklungen, der technologischen Neuerungen und der militärischen Erfordernisse weiter zunehmen. Daraus ergeben sich folgerichtig auch höhere Ansprüche an die Qualität der Bewerberinnen und Bewerber. Gefragt sind junge Männer und Frauen, die sich über die notwendige geistige und körperliche Eignung hinaus durch ein besonderes Maß an Leistungsbereitschaft und Motivationsfähigkeit, Durchsetzungsfähigkeit und Erfolgswillen, Selbständigkeit und Selbstdisziplin, Demo-

kratieverständnis, Konflikt- und Konsensfähigkeit, Urteilsvermögen und Verantwortungsbewusstsein auszeichnen.

Jugendliche mit diesen Qualitäten zu finden wird in Anbetracht der demografischen Entwicklung in Deutschland vermutlich immer komplizierter. Nach Berechnungen des Sekretariats der Ständigen Konferenz der Kultusminister der Länder in der Bundesrepublik Deutschland ist in den nächsten Jahren mit einem erheblichen Rückgang der Schulabgängerzahlen von 975 Tausend im Jahr 2006 auf 876 Tausend im Jahr 2010 (-10,2 Prozent) und auf 788 Tausend im Jahr 2020 (-19,2 Prozent) zu rechnen (vgl. Sekretariat der Ständigen Konferenz der Kultusminister der Länder in der Bundesrepublik Deutschland 2005: 65, vgl. Tabelle 1).

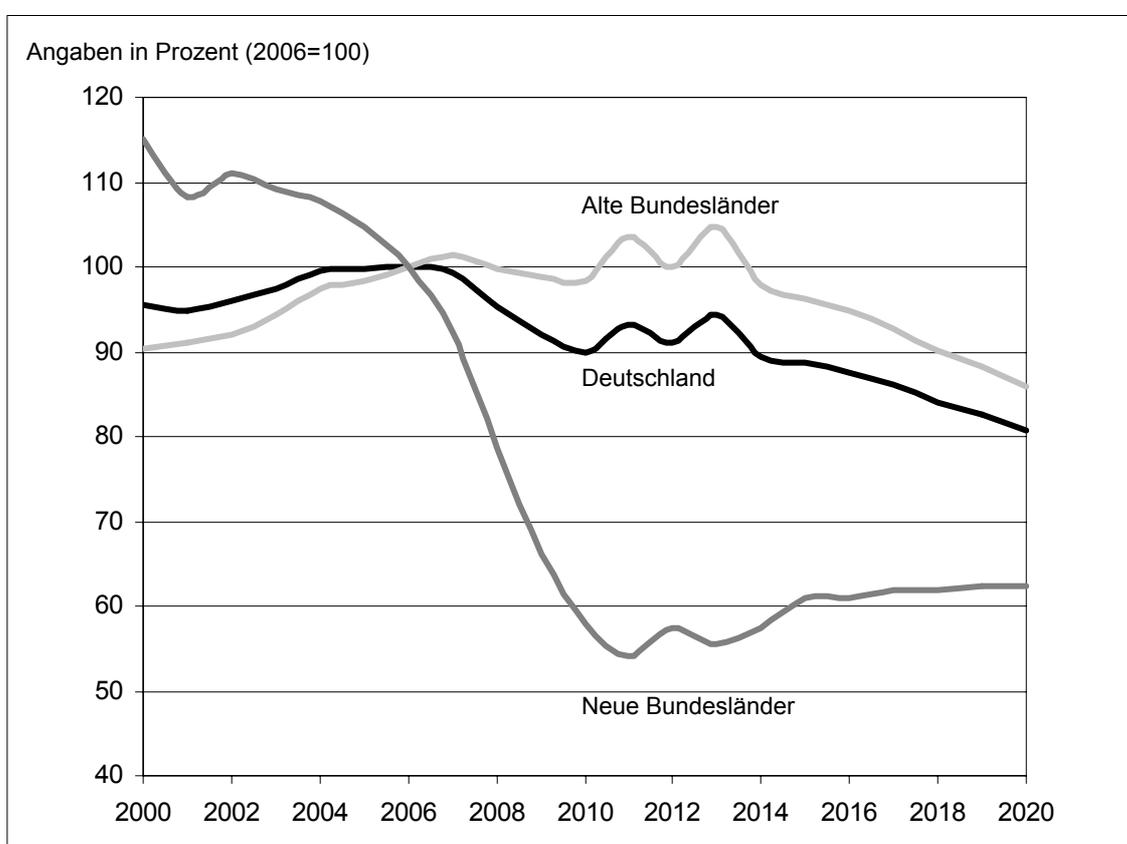
Tabelle 1: Absolventen und Abgänger allgemeinbildender Schulen 2000 bis 2020

Jahr	Angaben in Tausend			Angaben in Prozent (2006=100)		
	Alte Länder	Neue Länder und Berlin	Deutschland	Alte Länder	Neue Länder und Berlin	Deutschland
2000	694	238	932	90,4	115,0	95,6
2001	700	224	924	91,1	108,2	94,8
2002	706	230	936	91,9	111,1	96,0
2003	724	226	950	94,3	109,2	97,4
2004	747	223	970	97,3	107,7	99,5
2005	756	217	973	98,4	104,8	99,8
2006	768	207	975	100,0	100,0	100,0
2007	778	191	969	101,3	92,3	99,4
2008	766	163	929	99,7	78,7	95,3
2009	759	137	896	98,8	66,2	91,9
2010	756	120	876	98,4	58,0	89,8
2011	796	112	908	103,6	54,1	93,1
2012	768	119	887	100,0	57,5	91,0
2013	805	115	920	104,8	55,6	94,4
2014	752	119	871	97,9	57,5	89,3
2015	739	126	865	96,2	60,9	88,7
2016	728	126	854	94,8	60,9	87,6
2017	711	128	839	92,6	61,8	86,1
2018	692	128	820	90,1	61,8	84,1
2019	677	129	806	88,2	62,3	82,7
2020	659	129	788	85,8	62,3	80,8

Quelle: Statistische Veröffentlichungen der Kultusministerkonferenz, Nr. 173, Vorausberechnung der Schüler- und Absolventenzahlen 2003 bis 2020, Herausgeber: Sekretariat der Ständigen Konferenz der Kultusminister der Länder in der Bundesrepublik Deutschland, Bonn, Januar 2005, S. 65.

Diese Entwicklung vollzieht sich in den Regionen Deutschlands mit unterschiedlicher Dynamik (vgl. Abbildung 1). In den alten Bundesländern bleibt die Zahl der Schulabgänger in den kommenden Jahren zunächst noch weitgehend konstant. Für die Jahre 2011 und 2013 werden sogar leichte Zuwächse prognostiziert. Ab 2013 wird dann ein massiver Schrumpfungsprozess einsetzen, in dessen Folge die Zahl der Absolventen und Abgänger aus allgemeinbildenden Schulen bis 2020, also innerhalb von nur sieben Jahren, von 805 Tausend auf 659 Tausend, d. h. um 146 Tausend sinken wird (-18,1 Prozent, bezogen auf den Höchstwert in 2013).

Abbildung 1: Absolventen und Abgänger 2000 bis 2020, allgemeinbildende Schulen insgesamt, nach Region



Quelle: Statistische Veröffentlichungen der Kultusministerkonferenz, Nr. 173, Vorausberechnung der Schüler- und Absolventenzahlen 2003 bis 2020, Herausgeber: Sekretariat der Ständigen Konferenz der Kultusminister der Länder in der Bundesrepublik Deutschland, Bonn, Januar 2005, S. 65.

In den neuen Bundesländern hat diese Entwicklung bereits im Jahr 2000 begonnen und wird sich bis 2011 beschleunigt fortsetzen. Besonders massive Einbrüche mit jährlichen Veränderungsdaten von bis zu -16,4 Prozent werden für den Zeitraum 2008 bis 2010 erwartet. Der Tiefststand wird nach den vorliegenden Berechnungen im Jahr 2011 mit 112 Tausend Personen erreicht sein. Im Vergleich zu 2006 beziffert sich der Rückgang auf 95 Tausend Personen bzw. -45,9 Prozent (vgl. Tabelle 1). Mit anderen Worten: In

den kommenden fünf Jahren wird sich die Zahl der Absolventen und Abgänger aus allgemeinbildenden Schulen in den neuen Bundesländern nahezu halbieren. Ab 2011 wird die Zahl dann wieder leicht ansteigen und sich, zumindest vorübergehend, auf einem Niveau von 129 Tausend Personen stabilisieren.

Tabelle 2: Absolventen allgemeinbildender Schulen nach Schulabschluss¹

Jahr	Angaben in Tausend			Angaben in Prozent (2006=100)		
	Hauptschulabschluss	Realschulabschluss	Fachhochschul- bzw. Hochschulreife	Hauptschulabschluss	Realschulabschluss	Fachhochschul- bzw. Hochschulreife
2000	234	375	240	95,9	93,8	96,0
2001	236	374	226	96,7	93,5	90,4
2002	239	376	235	98,0	94,0	94,0
2003	246	387	234	100,8	96,8	93,6
2004	251	398	235	102,9	99,5	94,0
2005	249	400	240	102,0	100,0	96,0
2006	244	400	250	100,0	100,0	100,0
2007	233	393	266	95,5	98,3	106,4
2008	221	369	267	90,6	92,3	106,8
2009	212	352	261	86,9	88,0	104,4
2010	207	340	259	84,8	85,0	103,6
2011	206	331	299	84,4	82,8	119,6
2012	212	335	269	86,9	83,8	107,6
2013	213	346	290	87,3	86,5	116,0
2014	214	345	240	87,7	86,3	96,0
2015	212	346	237	86,9	86,5	94,8
2016	206	340	238	84,4	85,0	95,2
2017	198	333	239	81,1	83,3	95,6
2018	195	323	235	79,9	80,8	94,0
2019	192	318	229	78,7	79,5	91,6
2020	187	314	222	76,6	78,5	88,8

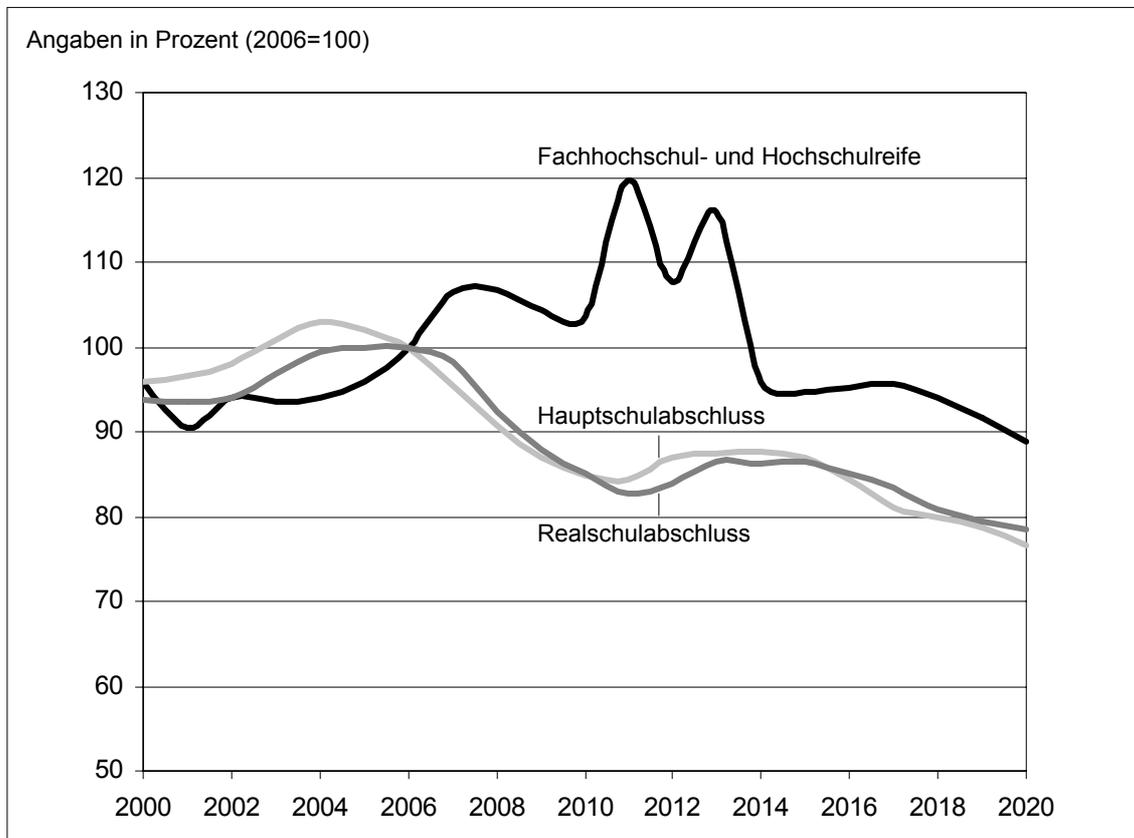
Anmerkung: 1) Nur Personen mit Schulabschluss.

Quelle: Statistische Veröffentlichungen der Kultusministerkonferenz, Nr. 173, Vorausberechnung der Schüler- und Absolventenzahlen 2003 bis 2020, Herausgeber: Sekretariat der Ständigen Konferenz der Kultusminister der Länder in der Bundesrepublik Deutschland, Bonn, Januar 2005, S. 70, 72, 74.

Unterschiedliche Verläufe werden auch für die verschiedenen Bildungsniveaus vorhergesagt. Bei den Absolventen mit Hauptschulabschluss und bei den Absolventen mit Realschulabschluss machen sich die Folgen des Geburtenrückgangs aufgrund der kürzeren Schulzeiten früher bemerkbar als bei den Absolventen mit Fachhochschul- bzw. Hochschulreife. Für die Gruppe der Hauptschulabsolventen ist in den nächsten fünf Jah-

ren, d. h. bis zum Jahr 2011, mit einem Rückgang um 15,6 Prozent zu rechnen; für die Gruppe der Realschulabsolventen um 17,2 Prozent.

Abbildung 2: Absolventen allgemeinbildender Schulen nach Bildungsabschluss¹



Anmerkung: 1) Nur Personen mit Schulabschluss.

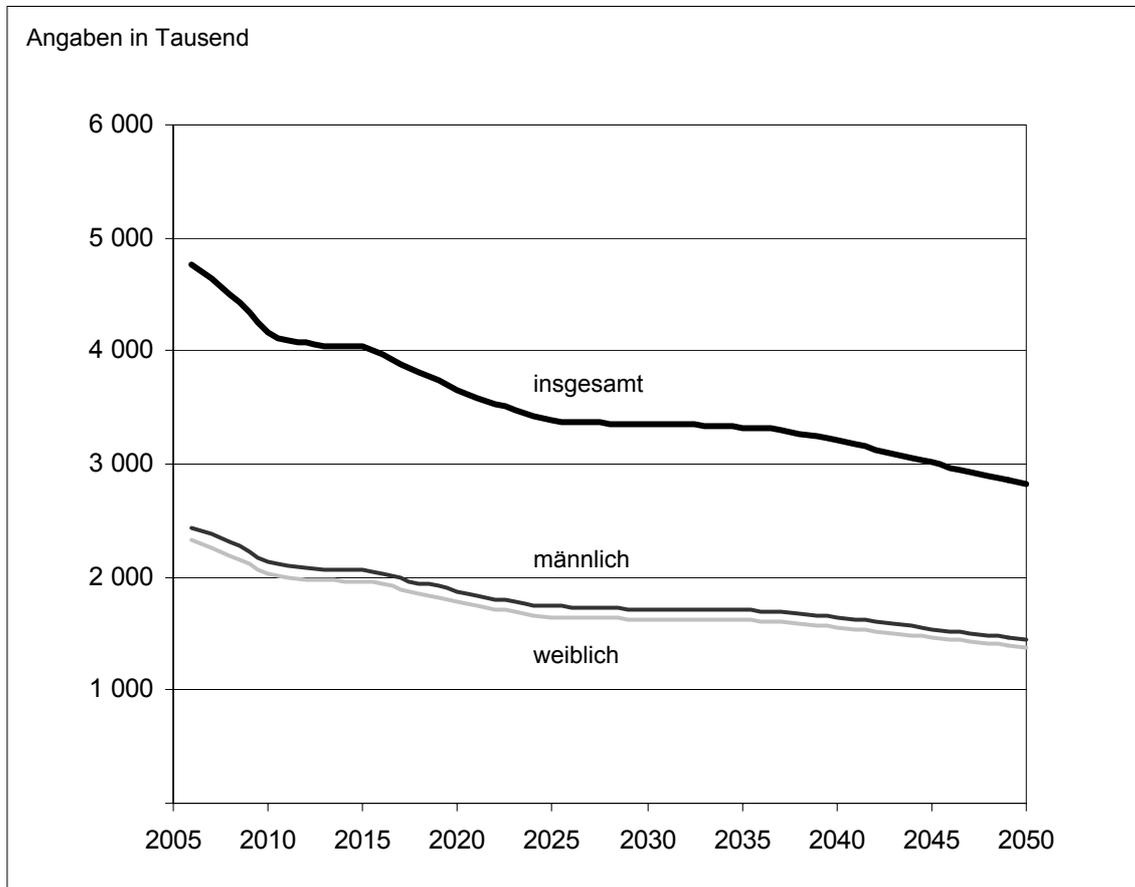
Quelle: Statistische Veröffentlichungen der Kultusministerkonferenz, Nr. 173, Vorausberechnung der Schüler- und Absolventenzahlen 2003 bis 2020, Herausgeber: Sekretariat der Ständigen Konferenz der Kultusminister der Länder in der Bundesrepublik Deutschland, Bonn, Januar 2005, S. 70, 72, 74.

Dagegen wird die Zahl der Absolventen mit Fachhochschul- bzw. Hochschulreife im Zeitraum von 2006 bis 2013 zunächst weiter anwachsen und dann auf relativ hohem Niveau stabil bleiben. Hierzu trägt auch die Tatsache bei, dass der Anteil der Absolventen mit Fachhochschul- bzw. Hochschulreife an der Gesamtheit aller Absolventen allgemeinbildender Schulen steigt. Doch spätestens ab 2014 werden auch bei dieser Gruppe die Folgen des demografischen Wandels sichtbar und die Absolventenzahlen gehen zurück.

Weitergehende Berechnungen lassen erwarten, dass sich der Rückgang der Zahl der Absolventen und Abgänger aus allgemeinbildenden Schulen auch über das Jahr 2020 hinaus fortsetzen wird. Zurückzuführen ist diese Entwicklung auf die niedrige Gebur-

tenrate in Deutschland, die zu einem kontinuierlichen Rückgang der Geburtenzahlen und infolgedessen auch zu einem Rückgang der Zahl junger Menschen führt.

Abbildung 3: Entwicklung der Bevölkerung in Deutschland bis 2050, Altersgruppe 15 bis unter 20 Jahre



Quelle: Statistisches Bundesamt, Entwicklung der Bevölkerung in Deutschland von 2006 bis 2050, 11. koordinierte Bevölkerungsvorausberechnung, Wiesbaden 2006. Variante 1 - W1: Untergrenze der „mittleren“ Bevölkerung, Annahmen: Geburtenhäufigkeit: annähernd konstant, Lebenserwartung: Basisannahme, Wanderungssaldo: 100 000.

Geht man von den Berechnungen des Statistischen Bundesamtes aus, dann ergibt sich folgendes Szenario (vgl. Statistisches Bundesamt 2006): Die Zahl der jungen Männer im Alter von 15 bis unter 20 Jahren wird von 2,44 Millionen im Jahr 2006 auf 1,72 Millionen im Jahr 2030 und im Jahr 2050 bis auf 1,45 Millionen abnehmen (vgl. Abbildung 3). Für die Gruppe der jungen Frauen ist eine nahezu identische Entwicklung zu erwarten. In der Gesamtbetrachtung ergibt sich für die Altersgruppe der 15- bis unter 20-Jährigen bis 2030 ein Rückgang um 29,7 Prozent und bis 2050 um 40,7 Prozent (2006=100).

Die demografische Entwicklung wird sich auf die Nachwuchsgewinnung der Bundeswehr in zweifacher Hinsicht auswirken: Zum einen wird das Bewerberpotenzial insge-

samt kleiner und zum anderen wird sich der Wettbewerb um die gut ausgebildeten und leistungsfähigen Jugendlichen verschärfen. Für die Bundeswehr wird sich die Lage vermutlich noch problematischer gestalten als es die Ergebnisse der vorliegenden Prognosen erwarten lassen. Hierfür gibt es zwei Gründe: Erstens kommen heute überwiegend viele Bewerber für den Soldatenberuf aus den neuen Bundesländern. Hier wird sich die Zahl der Jugendlichen jedoch aufgrund des Geburtenrückgangs Anfang der 1990er Jahre noch drastischer verringern als in den alten Bundesländern (vgl. Tabelle 1). Zweitens beziehen sich die vorliegenden Prognosen der Kultusministerkonferenz und die Vorausberechnungen des Statistischen Bundesamtes auf alle Jugendlichen, das heißt sowohl auf Deutsche als auch auf ausländische Staatsangehörige. Wenn man nur die deutschen Jugendlichen betrachtet, dann fällt der Rückgang noch stärker aus.

Zu wissen, wer sich aus welchen Gründen für den Soldatenberuf interessiert und wer sich warum nicht dafür interessiert, ist eine entscheidende Voraussetzung, um das verbleibende Bewerberpotenzial zukünftig optimal ausschöpfen zu können.

2.2 Erkenntnisinteresse und Auftraggeber

Erkenntnisse darüber, wie geeignete Jugendliche für eine berufliche Perspektive bei der Bundeswehr interessiert werden können, wie man sie für den Soldatenberuf begeistern und zu einer Bewerbung ermuntern kann, sind entscheidende Voraussetzungen für eine optimale Gestaltung der Nachwuchswerbung, um auch in Zukunft die Personalgewinnung der Bundeswehr in quantitativer und qualitativer Hinsicht für alle Laufbahngruppen sicherzustellen.

Im Auftrag des Bundesministeriums der Verteidigung führt das Sozialwissenschaftliche Institut der Bundeswehr deshalb regelmäßig bundesweite Jugendbefragungen zum Themenbereich „Berufswahl Jugendlicher und Nachwuchswerbung der Bundeswehr“ durch. Dabei werden mehr als 2 000 Jugendliche im Alter von 14 bis 23 Jahren zu ihren beruflichen Zielen und Wünschen, zu ihren Ansichten zur Bundeswehr, ihren Vorstellungen vom Soldatenberuf sowie ihrem Interesse an einer beruflichen Tätigkeit bei der Bundeswehr befragt.

Die erste Jugendstudie des Sozialwissenschaftlichen Instituts der Bundeswehr zum Themenbereich „Berufswahl Jugendlicher und Nachwuchswerbung der Bundeswehr“ wurde im Jahr 2004 realisiert. Die Ergebnisse dieser Studie wurden im Rahmen mehre-

rer Veranstaltungen präsentiert und in einer umfangreichen Tabellensammlung für alle wichtigen Zielgruppen der Nachwuchswerbung dokumentiert (vgl. Bulmahn 2005). Die Ergebnisse dieser Studie wurden mit sehr großem Interesse aufgenommen. Die Erkenntnisse, beispielsweise zur Frage, welche Beachtung die Werbebotschaften und Werbemaßnahmen der Bundeswehr bei den Jugendlichen finden, haben sich für das Personal- und Jugendmarketing als sehr nützlich erwiesen.

Gesellschaftliche Veränderungen, wie der demografische Wandel in Deutschland, die Entwicklung auf dem Arbeitsmarkt, sich wandelnde Wertemuster, neue Moden oder sich verändernde Kommunikationsstile, wirken sich auf die Berufspräferenzen Jugendlicher und die Möglichkeiten der Nachwuchswerbung der Bundeswehr aus. Das Interesse Jugendlicher an einer beruflichen Tätigkeit bei der Bundeswehr wird beispielsweise wesentlich von der Lage auf dem Arbeitsmarkt beeinflusst. Zugleich verändert sich das Bild, das sich junge Menschen von der Bundeswehr machen. Ihre Erwartungen an den Soldatenberuf und ihre Vorstellungen vom Dienst in den Streitkräften wandeln sich. Daraus ergibt sich die Notwendigkeit, regelmäßig Jugendumfragen durchzuführen, um die Nachwuchswerbung und -gewinnung mit aktuellen Informationen versorgen zu können.

Im Auftrag des Bundesministeriums der Verteidigung, Referat PSZ/PM, hat das Sozialwissenschaftliche Institut der Bundeswehr im November 2005 eine weitere empirische Studie zum Themenbereich „Berufswahl Jugendlicher und Nachwuchswerbung der Bundeswehr“ realisiert. Im Rahmen dieses Projekts wurden erneut bundesweit mehr als 2 500 Jugendliche im Alter von 14 bis 23 Jahren zu ihren beruflichen Präferenzen, zu ihren Vorstellungen vom Soldatenberuf und ihrem Interesse an einer beruflichen Tätigkeit bei der Bundeswehr befragt. Der Fragebogen wurde ausgehend von den Erkenntnissen der Berufswahlforschung in enger Zusammenarbeit mit dem Referat PSZ/PM erarbeitet.

2.3 Forschungsfragen

Ausgehend vom Erkenntnisinteresse wurden konkrete Forschungsfragen für die Jugendstudie des Sozialwissenschaftlichen Instituts der Bundeswehr 2005 formuliert, die sich in drei Themenblöcken zusammenfassen lassen:

1. Berufsfindung und Berufsentscheidung als Momente der Persönlichkeitsentwicklung

- Wie wird das Interesse Jugendlicher an beruflichen Tätigkeiten ausgebildet?
- Wann finden entscheidende Entwicklungsschritte statt und wer gestaltet sie mit?
- Wie rational wird die Entscheidung für eine berufliche Laufbahn vorbereitet und realisiert?
- Welche Möglichkeiten zur Information werden genutzt?

2. Interesse Jugendlicher an einer beruflichen Tätigkeit bei der Bundeswehr

- Was spricht aus Sicht der Jugendlichen für eine Tätigkeit bei der Bundeswehr?
- Wer strebt eine militärische Laufbahn an und wer eine zivile?
- Für wie viele Jahre wollen Jugendliche bei der Bundeswehr berufstätig sein?
- Was erwarten junge Männer und Frauen von einer beruflichen Tätigkeit bei der Bundeswehr?
- Über welche körperlichen und geistigen Potenziale verfügen die Interessentinnen und Interessenten (Fitness, Bildung)?

3. Kommunikation mit Jugendlichen: Gelegenheiten, Formen und Themen

- Wie können Jugendliche von der Bundeswehr angesprochen werden?
- Was ist relevant und was glaubwürdig?
- Wie können spezielle Zielgruppen angesprochen werden?
- Welche Kommunikationskanäle und welche Themen sind interessant?

Diese Forschungsfragen bildeten wiederum den Ausgangspunkt für die Entwicklung des Fragebogens und des Untersuchungsdesigns (vgl. Abschnitte 4 und 8 dieses Berichts).

3 Theorien der Berufswahl

Die Auseinandersetzung mit den theoretischen Positionen der Berufswahlforschung hat das Design der vorliegenden Studie maßgeblich mitbestimmt. Deshalb sollen im folgenden Kapitel die wichtigsten Konzepte kurz erläutert werden.

Im Rahmen der wissenschaftlichen Bestrebungen, den Prozess der Berufswahl zu beschreiben und zu erklären, sind zahlreiche Modellvorstellungen entwickelt worden (vgl. die Übersichten in Ries 1970; Bußhoff 1984; Moser/Schmook 2001). Die Ansätze unterscheiden sich zum einen hinsichtlich der Bedeutung, die den ökonomischen, sozialen und psychologischen Faktoren, die in ihrer Gesamtheit die Berufswahl beeinflussen, beigemessen wird und zum anderen in Bezug auf das „Zeitfenster“ der berufsbezogenen Entwicklung, das jeweils betrachtet wird.

3.1 Kongruenztheoretische Ansätze

Zu den bekanntesten Berufswahltheorien gehören die kongruenztheoretischen Ansätze, deren wesentliche Grundlagen bereits Anfang des letzten Jahrhunderts von Parson (1909) erarbeitet wurden. Im Mittelpunkt stehen die folgenden Annahmen: Erstens wird davon ausgegangen, dass jedes Individuum eine typische Persönlichkeitsstruktur aufweist, die sich aus Interessen, Bedürfnissen und Werthaltungen sowie aus Fähigkeiten, Fertigkeiten und Kenntnissen zusammensetzt. Zweitens wird angenommen, dass jede berufliche Umwelt ein typisches Muster aus Anforderungen und Befriedigungspotenzial aufweist. Die Berufswahl wird als ein individueller Suchprozess beschrieben, bei dem die Berufswähler nach der beruflichen Umwelt streben, die der eigenen Persönlichkeit am besten entspricht.

Als besonders einflussreich haben sich die kongruenztheoretischen Arbeiten von Holland (1970, 1973, 1978, 1985) erwiesen. Holland geht von insgesamt sechs idealtypischen Persönlichkeitsmodellen (*personality types*) aus. Er unterscheidet Typen mit einer vorwiegend praktisch-technischen Orientierung (*realistic*), einer intellektuell-forschenden Orientierung (*investigative*), einer künstlerisch-sprachlichen Orientierung (*artistic*), einer lehrend-helfenden Orientierung (*social*), einer dominant-unternehmerischen Orientierung (*enterprising*) und einer strukturiert-regelhaften Orientierung (*conventio-*

nal) (vgl. Holland 1973: 14ff.). Für jedes Individuum lasse sich eine bestimmte Ausprägung dieser sechs Dimensionen erfassen, die als Persönlichkeitsmuster (*personality pattern*) definiert werden (Holland 1985: 31ff.).

Berufswähler ziehen, so betont Holland, aufgrund ihres Persönlichkeitsmusters bestimmte Tätigkeiten vor. Personen mit einer deutlichen praktisch-technischen Grundorientierung bevorzugen beispielsweise Aktivitäten, die physische Kraft und körperliche Geschicklichkeit erfordern und zu konkreten Ergebnissen führen. Dagegen sind Personen mit einer vorwiegend intellektuell-forschenden Orientierung eher daran interessiert, Probleme zu analysieren. Sie ziehen abstrakte Tätigkeiten vor, bei denen sie bestimmte Phänomene systematisch beobachten und erforschen können (Holland 1985: 21ff.).

Die beruflichen Umwelten beschreibt Holland ebenfalls mit Hilfe von sechs Idealtypen. Berufe können nach seinem Modell auch *realistic* (z. B. Handwerker), *investigativ* (z. B. Wissenschaftler), *artistic* (z. B. Schauspieler), *social* (z. B. Lehrer), *enterprising* (z. B. Selbständiger) bzw. *conventional* (z. B. Buchhalter) sein. Dieses Vorgehen ist seines Erachtens gerechtfertigt, weil die verschiedenen Berufe überwiegend von Menschen mit entsprechenden Persönlichkeitsmustern ausgeübt und von diesen geprägt werden.

Auf der Basis dieser beiden Typologien hat Holland eine Reihe von Hypothesen zur Berufswahl und ihren Konsequenzen formuliert (vgl. Holland 1985: 36ff.). So geht er davon aus, dass Berufswähler die Berufe präferieren, bei denen die Übereinstimmung (*Kongruenz*) von Persönlichkeitsmuster und Umweltcharakteristik am größten ist. Darüber hinaus vertritt er die Auffassung, dass mit dem Grad der Übereinstimmung auch die Arbeitszufriedenheit, die Karrierechancen und die berufliche Stabilität steigen. Ein Teil dieser Hypothesen konnte durch empirische Forschungen bestätigt werden; für andere steht dieser Test noch aus.

Kritiker verweisen vor allem auf die fehlende Dynamik des kongruenztheoretischen Modells. Die Konzepte *Persönlichkeitsmuster* und *berufliche Umwelt* seien zu statisch angelegt. Zudem werde der Vorgang der Berufswahl nicht als lebenslanger Entwicklungsprozess, sondern als singuläres Ereignis betrachtet (vgl. Bußhoff 1984: 31).

3.2 Entwicklungstheoretische Entwürfe

Entwicklungstheoretische Ansätze befassen sich, anders als die kongruenztheoretischen Modelle, vor allem mit dem zeitlichen Verlauf von Berufswahlprozessen. Im Mittelpunkt des Forschungsinteresses steht die Frage, in welchen Lebensphasen sich berufsbezogene Persönlichkeitsmerkmale herausbilden und welchen Einfluss die soziale Umwelt dabei spielt.

Das von Ginzberg und seinen Mitarbeitern (1951) formulierte Stufenmodell gehört zu den prominentesten Entwicklungstheorien. Die Berufswahl wird als ein sich über mehrere Jahre hinziehender Entwicklungsprozess aufgefasst, der bereits in der frühen Kindheit beginnt und der mit der Berufsentscheidung im Erwachsenenalter endet. Auf der Grundlage empirischer Studien konnten drei idealtypische Entwicklungsstufen identifiziert werden (ebenda). Die erste Periode erstreckt sich etwa vom 7. bis zum 11. Lebensjahr. In dieser Zeit finden ausschließlich Phantasiewahlen statt. Das Kind glaubt noch, alles werden zu können, denn es hat noch keine Vorstellungen über berufliche Anforderungen und die eigenen Voraussetzungen ausgebildet. Die zweite Periode reicht etwa vom 11. bis zum 17. Lebensjahr. Hier kommt es bereits zu ersten Probewahlen, die zunächst von persönlichen Interessen, dann von den eigenen Fähigkeiten und später auch von Werthaltungen geprägt werden. Die dritte Periode beginnt mit dem 17. Lebensjahr. Auf der Grundlage eines ausgeprägten Realitätsbezuges wird die Berufswahl schließlich vollzogen. Dabei werden in einer ersten *Phase der Exploration* zunächst Informationen eingeholt, Erfahrungen gesammelt und Alternativen erwogen. In der sogenannten *Phase der Kristallisation* läuft der Entscheidungsprozess auf eine Berufsalternative zu und in der *Phase der Spezifikation* wird festgelegt, wie die getroffene Berufsentscheidung verwirklicht werden kann. Dieser Entwicklungsprozess sei, so Ginzberg, weitgehend irreversibel und mit der Berufsentscheidung endgültig abgeschlossen.

Ein modifizierter entwicklungstheoretischer Ansatz wurde von Super und seinen Mitarbeitern (1957, 1963) vorgelegt. Anders als Ginzberg halten sie Berufsentscheidungen nicht für einmalig und den Entwicklungsprozess mit der ersten Berufsentscheidung nicht für beendet. Vielmehr definieren sie die berufsbezogene Persönlichkeitsentwicklung als einen bis zum Ende des Erwerbslebens reichenden Versuch, das *Selbstkonzept* mit der beruflichen Situation in Übereinstimmung zu bringen.

Der Begriff *Selbstkonzept* beschreibt dabei die Vorstellungen, die jemand von sich selbst, von den eigenen Bedürfnissen, Interessen, Präferenzen, Fähigkeiten usw. hat

(vgl. Super et al. 1963). Dieses Selbstkonzept wird in einer frühkindlichen Phase in Familie und Schule geprägt (*formation*). In einer späteren Entwicklungsstufe wird es auf die berufliche Situation übertragen (*translation*), um die Bedürfnisse und Interessen im Berufsleben möglichst umfassend zu verwirklichen (*implementation*).

Im Verlauf der beruflichen Entwicklung bilden sich bestimmte Einstellungen, Fähigkeiten und Verhaltensweisen heraus und es kommt zu einer Anpassung des *Selbstkonzepts* an die berufliche Umwelt. Die Frage, unter welchen Umständen es zu einer derartigen Entwicklung kommt und wie diese sich vollzieht, blieb allerdings offen. Erst auf der Basis lerntheoretischer Arbeiten konnte diese Lücke geschlossen werden.

3.3 Lerntheoretische Vorstellungen

Ausgehend von den Erkenntnissen der allgemeinen Lernforschung haben Krumboltz und seine Mitarbeiter ein lerntheoretisches Modell der Berufswahl entworfen (Krumboltz et al. 1976; Krumboltz 1978). Berufswähler sammeln demnach in der Auseinandersetzung mit ihrer Umwelt eine Reihe von Erfahrungen. Sie lernen zum einen, auftretende Probleme zu bewältigen. Als erfolgreich erkannte Strategien werden auf andere Situationen übertragen; die Lernerfahrungen werden generalisiert. In diesem Prozess bilden sich grundlegende Fähigkeiten der Problembewältigung heraus (*task approach skills*). Die Berufswähler lernen darüber hinaus aber auch, ihre persönlichen Bedürfnisse und Vorlieben zu erkennen sowie die eigenen Begabungen und Leistungen besser einzuschätzen; sie entwickeln dabei ein Bild von sich selbst: ein Selbstkonzept.

Problemlösungskompetenz und Selbstkonzept beeinflussen die angestrebte Richtung des Berufswahlprozesses und seinen weiteren Verlauf und unterliegen selbst einem fortwährenden Wandel. Denn es werden in der Auseinandersetzung mit der Umwelt immer wieder neue Erfahrungen gemacht, die zur Fortentwicklung der Problemlösungskompetenz und zur Modifikation des Selbstkonzepts beitragen.

Der Verlauf berufswahlbezogener Lernprozesse ist nach Auffassung von Krumboltz sowohl von der Persönlichkeit des Berufswählers als auch von den jeweiligen Umweltbedingungen abhängig. Als entscheidende Persönlichkeitsfaktoren werden von ihm unter anderem das Geschlecht, die Intelligenz und die Begabung angesehen. Zu den wichtigsten Umweltmerkmalen werden beispielsweise die Situation in der Familie, die Bildungschancen, das Arbeitsplatzangebot, die Einkommensaussichten und die allgemeine

konjunkturelle Lage gezählt. Auf der Grundlage des lerntheoretischen Modells haben Krumboltz und seine Mitarbeiter zahlreiche konkrete Hypothesen zum Erwerb von Berufspräferenzen, zum Erwerb von Laufbahnentscheidungsfertigkeiten und über einzelne Berufswahlschritte formuliert (vgl. Krumboltz et al. 1976), denen ein hohes Maß an Plausibilität zuerkannt wird (vgl. u. a. Bußhoff 1984: 26).

3.4 Entscheidungstheoretische Konzepte

Mit entscheidungstheoretischen Modellen wird versucht, die eigentliche Entscheidung für einen bestimmten Beruf zu beschreiben und zu erklären. Zu dieser Forschungstradition sind ganz unterschiedlich akzentuierte Arbeiten zu zählen, die sich nach Bußhoff (1984) jedoch auf ein gemeinsames Grundmodell zurückführen lassen. Im Rahmen dieses Modells wird der Berufswähler als *Entscheidungssubjekt* aufgefasst, der in einer *Entscheidungssituation* mit der Notwendigkeit konfrontiert wird, eine berufsbezogene Wahl zu treffen. Die zur Lösung dieses Problems vorhandenen *Informationen* über sich selbst und über die Berufsalternativen werden mit Hilfe von *Entscheidungsregeln* verarbeitet. Auf der Basis mehr oder weniger rationaler Kalküle wird die Entscheidung schließlich getroffen und der gewählte Handlungsentwurf verwirklicht (vgl. Bußhoff 1984: 32f.).

Ries (1970) beschreibt die Berufsentscheidung als Wahl einer sozialen Position beim Übergang zwischen Kindheit und Erwachsensein. Nach Ries führen gesellschaftliche Normen bei Jugendlichen zur Wahrnehmung von Statusunsicherheiten. Beim Versuch, diese Unsicherheiten zu überwinden, werden Vorstellungen über die anzustrebende soziale Position und die dafür geeigneten Berufe entwickelt. Aus diesen Überlegungen ergibt sich eine Rangreihe alternativer Berufsrollen. Welche dieser Berufsrollen zu erreichen ist, wird in der nächsten Phase des Entscheidungsprozesses geklärt. Wenn ein bestimmtes Informationsniveau erreicht ist, werden eine Bewertung der vorliegenden Informationen und ein Vergleich der Alternativen vorgenommen. Der Ausgang dieser Prozedur ist vollkommen offen: Entweder wird die Rangreihe beibehalten und es kommt zu einer Entscheidung oder aber die Rangfolge wird verworfen. In diesem Fall wird eine neue soziale Position angestrebt und der Informations- und Bewertungsprozess beginnt von vorn. Der Entscheidungsprozess erscheint hier als ein vom Entscheidungssubjekt selbst gesteuerter Wechselprozess zwischen der Festlegung einer sozialen

Position und der Information darüber, ob und gegebenenfalls wie dieses Ziel zu erreichen ist.

Vroom (1964) hat mit seinem entscheidungstheoretischen Modell die Bedeutung individueller Bedürfnisse (Motive) betont. Berufswähler würden in der Regel den Beruf bevorzugen, der ihnen eine maximale Befriedigung ihrer Bedürfnisse verspricht. Hierzu würden sie von der Stärke ihrer eigenen Bedürfnisse und der Wahrscheinlichkeit, mit der sich diese Bedürfnisse im Rahmen einer bestimmten beruflichen Tätigkeit befriedigen lassen, ausgehen. Diese Kalkulationen beziehen sich auf mehrere Aspekte der beruflichen Tätigkeit: auf die Einkommenschancen, die Sicherheit des Arbeitsplatzes, die Möglichkeiten zur selbständigen Arbeit usw. Die auf diese Weise ermittelten Berufspräferenzen sind Ausdruck der vom Berufswähler erwarteten Folgen der Berufsausübung (Instrumentalität des Berufs). Gewählt wird schließlich die Alternative mit dem höchsten erwarteten Nutzen, die für den Berufswähler noch zu realisieren ist.

Bender-Szymanski (1976) konnte mit ihren Arbeiten Vrooms Ansatz wesentlich erweitern. Die subjektiv-rationalen Erwägungen des Berufswählers beziehen sich nach ihrer Auffassung nicht allein auf die Frage einer zukünftigen Bedürfnisbefriedigung. Die Bilanz umfasse vielmehr alle in Betracht kommenden positiven und negativen Ereignisse, die sich aus der Entscheidung für eine bestimmte Berufsalternative ergeben. Weitere wichtige Impulse hat Lange (1978) geliefert, der auf den Einfluss von Interaktionspartnern (Eltern, Geschwister, Freunde, Lehrer und Berufsberater) und auf unterschiedliche Grade der Rationalität bei der Berufsentscheidung hingewiesen hat.

3.5 Allokationstheoretische Konzepte

Im Rahmen allokationstheoretischer Ansätze wird die Berufsfindung als ein Vorgang definiert, der von gesellschaftlichen Zwängen und Notwendigkeiten bestimmt wird. Die Freiheit des Individuums, eine berufliche Tätigkeit zu wählen, werde durch die ökonomischen und sozialen Gegebenheiten wesentlich eingeschränkt, so die zentrale These (vgl. u. a. Lazarsfeld 1931; Scharmann 1965; Daheim 1970; Schöber 1975). So sei der Zugang zu vielen Berufen von der Lage auf dem Ausbildungs- und Arbeitsmarkt abhängig und werde zudem durch soziale Normen begrenzt. Individuelle Interessen, Wertvorstellungen und Fähigkeiten seien als Ergebnis von Sozialisationsprozessen ebenfalls gesellschaftlich determiniert. Die Berufsfindung müsse deshalb als gesell-

schaftlich gesteuerte Zuweisung (Allokation) angesehen werden und nicht als freie Entscheidung.

Bereits Lazarsfeld (1931) war bei seiner Studie über den Einfluss der ökonomischen Struktur von Großstädten auf die Berufswünsche Jugendlicher zu dieser Auffassung gelangt: „Die freien Berufswünsche der großstädtischen Jugend spiegeln in ihrer statistischen Verteilung deutlich den ökonomischen Aufbau der Städte und seine Konjunkturschwankungen wider, überlagert von kleinen psychologischen Konstanten und Quasikonstanten, die entwicklungspsychologisch bedingten Vorlieben und Abneigungen entsprechen.“ (Lazarsfeld 1931: 7) Zurückzuführen sei dieser ökonomische Determinismus auf die öffentliche Präsenz von Vertretern der jeweiligen Berufe und die sich daraus ergebenden Erfahrungen der Jugendlichen: „Je mehr Metallarbeiter es gibt, um so mehr und um so öfter werden die Jugendlichen von diesem Beruf hören und um so öfter werden sie zu seiner Wahl angeregt werden.“ (ebenda: 31)

Zu den einflussreichen Vertretern der Allokationstheoretischen Position gehört auch Scharmann (1965, 1966), der in seinen Arbeiten eine Vielzahl von ökonomischen und sozialen Faktoren untersucht hat. Zu den wichtigsten ökonomischen Determinanten zählt er unter anderem die allgemeine Wirtschaftslage, die lokale Wirtschaftsstruktur, die Arbeitsmarktlage, die Arbeitsmarktpolitik und die Einkommensverhältnisse. Bedeutende soziale Faktoren sind daneben kulturelle und epochale Einflüsse, die Schichtzugehörigkeit, die Familie und Peer Groups, die Schule sowie die Institutionen der Berufs- und Erziehungsberatung.

Daheim (1967, 1970) geht bei seinem strukturfunktionalistischen Ansatz ebenfalls von Allokationstheoretischen Prämissen aus, wenn er die Berufsfindung als gesellschaftlich gesteuerte Übernahme einer Berufsposition beschreibt. Im Verlauf der vorberuflichen und beruflichen Entwicklung werde die individuelle Wahlfreiheit durch die Ausbildung von berufsbezogenen Orientierungen (Ziele, Normen, Motivationen, Kompetenzen) sowie durch Rollenerwartungen und Zugangsregeln eingeengt. Den „Agenten“ der Gesellschaft, wie er die Interaktionspartner nennt, käme eine je nach Lebensphase spezifische Bedeutung zu. In der Kindheit hätten die Eltern und die Geschwister den größten Einfluss, in der Jugend die Lehrer, Berufsberater und Altersgenossen und im Erwachsenenalter schließlich die eigene Familie und die Kollegen.

Kritiker bezweifeln, dass mit Hilfe Allokationstheoretischer Modelle die Berufswahl in ihrer Komplexität umfassend beschrieben und erklärt werden könne. Die Bedeutung der

„psychologischen Konstanten und Quasikonstanten“ werde vollkommen unterschätzt und der Berufswähler lediglich als passives Objekt gesellschaftlicher Zwänge gesehen. Dennoch hätten Vertreter dieser Richtung auf wichtige Tatsachen hingewiesen, so auf die starke Abhängigkeit der Bildungsverläufe von sozialen und ökonomischen Faktoren (vgl. Bußhoff 1984: 12).

3.6 Integrative Modelle

Um der Komplexität von Berufswahlprozessen besser gerecht zu werden, hat man immer wieder versucht, die verschiedenen psychologischen, sozialen und ökonomischen Theorieelemente analytisch zu verknüpfen. Zu nennen sind hier die Arbeiten von Blau und Mitarbeitern (1956), Kohli (1973) und Kahl (1981).

Kohli (1973, 1975) entwirft seine umfassende Synthese zur Erklärung der beruflichen Entwicklung auf dem theoretischen Fundament des symbolischen Interaktionismus. Von zentraler Bedeutung ist dabei die Auffassung, dass gesellschaftliche Normen interpretationsbedürftig sind und dass diese Normen durch die individuelle Interpretation und das sich an dieser Interpretation orientierende Verhalten reproduziert und verändert werden. Kohli bezieht dieses Grundmotiv – die wechselseitige Beeinflussung von gesellschaftlichen Normen und individuellem Interpretieren und Verhalten – auf die Berufswahl: „Indem sie (die berufliche Laufbahn) von den sozialen Bedingungen, in denen sie sich abspielt und auf die sie hinzielt, geformt wird, ist sie ein Produkt der bestehenden Gesellschaft; indem der Einzelne die beruflich relevanten Erfahrungen, die ihm durch diese Bedingungen vermittelt werden, persönlich interpretiert und sich zwischen verschiedenen möglichen Zielen und Wegen entscheidet, trägt er zu ihrer Reproduktion und Umgestaltung bei.“ (Kohli 1975: 132)

Ausgehend von dieser Position unterscheidet Kohli zwischen objektiven und subjektiven Momenten der Berufslaufbahn. Objektiven Charakter hätten die biografischen Gegebenheiten, wie Schulabschlüsse, Ausbildungsverläufe und Berufswechsel, sowie die sozialen Normen, die dem Einzelnen als interpretationsbedürftige Tatsachen erscheinen. Der subjektive Aspekt bezieht sich dagegen auf die innere Wirklichkeit jedes Einzelnen, die das Bezugssystem seines berufsbezogenen Verhaltens darstelle. Das Ergebnis der Konfrontation des Individuums mit den objektiven Laufbahn-Normen bezeichnet Kohli als „subjektive Laufbahn“. Sie erlaube es dem Einzelnen, im Verlauf

der eigenen beruflichen Entwicklung eine gewisse Kontinuität zu bewahren und die zukünftigen Perspektiven an diesem Schema auszurichten.

Mit seinem Ansatz gelingt es Kohli, wesentliche Elemente der Berufswahlforschung zu verschmelzen. Entwicklungstheoretische und lerntheoretische Vorstellungen finden sich hier ebenso wieder wie kontingenztheoretische und alloktionstheoretische Ansichten. Obwohl auch hier nicht alle Facetten gleichermaßen berücksichtigt werden konnten, bietet dieser Ansatz doch einen umfassenden konzeptionellen Rahmen zur Beschreibung und Erklärung der vorberuflichen und beruflichen Entwicklung.

3.7 Militärsoziologische Berufswahlforschung

Die militärsoziologische Forschung hat sich mit der vorberuflichen Entwicklung Jugendlicher bisher nur am Rande beschäftigt. Systematische Untersuchungen zur Herausbildung von Präferenzen für den Soldatenberuf, zur Berufsfindung und zur Entscheidung für eine militärische Berufslaufbahn liegen nicht vor. Eine Rezeption der Berufswahlforschung mit ihrer Fülle an theoretischen Ansätzen und empirischen Erkenntnissen steht noch aus.

Es gibt allerdings eine Vielzahl militärsoziologischer Studien, die das Thema *Berufsfindung* und *Berufsentscheidung* zumindest tangieren. Hierbei handelt es sich um Arbeiten zum *Berufsbild des Soldaten*, zur *Sozialstruktur des Militärs* sowie zum *Wertewandel und zur Wehrbereitschaft* (vgl. auch die von Klein, Kriesel und Lippert im Jahr 1997 verfasste Bibliografie zur Militärsoziologie).

Zum Forschungsgebiet *Berufsbild des Soldaten* gehören Arbeiten, die sich mit den spezifischen Eigenschaften des Soldatenberufs befassen (vgl. u. a. Moskos/Wood 1988), die sich mit dem Berufs- und Selbstverständnis der Streitkräfte in demokratischen Gesellschaften beschäftigen (vgl. u. a. Vogt 1986) bzw. die sich mit dem Wandel des Berufsbildes aufgrund sicherheitspolitischer und technologischer Veränderungen auseinandersetzen (vgl. u. a. Kaldrack/Klein 1992; Klein/Kuhlmann/Rohde 1993; Hartmann/Walther 1995). Die für die Berufswahlforschung zentrale Frage, wie ein bestimmtes Berufsbild, hier das Berufsbild des Soldaten, von Jugendlichen wahrgenommen wird und welche Effekte sich daraus für die berufswahlbezogene Entwicklung ergeben, wurde bislang nicht erörtert.

Zum Themenschwerpunkt *Sozialstruktur des Militärs* sind Studien zu zählen, in denen die soziale Herkunft der Soldaten analysiert wird (vgl. u. a. Bald 1981, 1989; Dorn 1989; Klein/Kriesel 1992) und in denen die mit der Personalgewinnung und -entwicklung verbundenen Mechanismen der Selektion und Selbstselektion beschrieben werden (vgl. u. a. Loquai 1980; Schaefgen 1982; Wakenhut 1988). Eine konzeptionelle Nähe zur Berufswahlforschung ist immer dann gegeben, wenn wie in dem Beitrag von Klein und Kriesel die Berufswahlmotive junger Offizierbewerber rekonstruiert oder wenn wie in den Schriften von Bald die aus alloktionstheoretischer Sicht höchst interessanten sozialen Barrieren der Offizierlaufbahn erörtert werden.

Eine dritte Gruppe von Forschungsarbeiten befasst sich mit dem Thema *Wertewandel und Wehrbereitschaft*. Im Mittelpunkt stehen die Wertvorstellungen junger Menschen, ihre politischen Präferenzen und ihre Haltung zur Bundeswehr (vgl. u. a. Kohr 1992; Sauter 1993). Es geht in diesen Arbeiten um den Wertewandel und die sich daraus ergebenden Konsequenzen für die Wehrbereitschaft (vgl. Schaffer 1992; Wiesendahl 1990) und die Bereitschaft Jugendlicher, sich freiwillig als Soldat zu verpflichten (vgl. Heikenroth 2000). An diese Studien kann eine militärbezogene Berufswahlforschung unmittelbar anknüpfen.

4 Organisation und Design der Studie

4.1 Datenerhebung

Mit der bundesweiten Datenerhebung wurde nach Abschluss eines entsprechenden Ausschreibungsverfahrens das Meinungsforschungsinstitut Forsa (Berlin) beauftragt. Die Befragung wurde anhand von computergestützten face-to-face Interviews (CAPI: Computer Assisted Personal Interviewing) im Haushalt der Zielpersonen durchgeführt.

Das computergestützte Erhebungsverfahren per Laptop, bei dem der Fragebogen programmiert, die Fragen durch den Interviewer vom Bildschirm abgelesen und die Antworten direkt per Tastatur eingegeben werden, bietet eine Vielzahl von methodischen und organisatorischen Vorteilen. Beispielsweise können wie im vorliegenden Fall auch komplexere Fragebogenstrukturen und Filterführungen unproblematisch realisiert werden, da der Interviewer vom System durch das Interview geführt wird und Filterfehler daher ausgeschlossen sind.

4.2 Grundgesamtheit und Stichprobe

Die Grundgesamtheit der Untersuchung umfasst alle in Privathaushalten lebenden Jugendlichen und jungen Erwachsenen mit deutscher Staatsangehörigkeit im Alter von 14 bis 23 Jahren in der Bundesrepublik Deutschland. Jugendliche mit doppelter Staatsangehörigkeit wurden von der Untersuchung ausgeschlossen. Die Befragung wurde anhand einer Quotenstichprobe realisiert, bei der folgende Merkmale entsprechend ihrer Verteilung in der Grundgesamtheit vorquotiert wurden:

- Alter x Geschlecht in fünf Gruppen (getrennt für Ost und West)
- Bildung
- Bundesland
- BIK-Ortsgrößen in drei Gruppen nach BIK 10: (1, 2, 3, 4); (5, 7, 9); (6, 8, 10).

4.3 Befragungszeit und Interviewereinsatz

Die Interviews wurden in der Zeit vom 04. bis 23. November 2005 durchgeführt. Für die realisierten 2 126 Interviews waren insgesamt 20 Befragungstage erforderlich. Im Durchschnitt wurden somit pro Tag ca. 106 Interviews durchgeführt. Insgesamt wurden 277 Interviewer für die Befragung eingesetzt, die durchschnittlich acht Interviews führten. Die Interviewdauer betrug im Durchschnitt 36,6 Minuten.

Es wurden ausschließlich erfahrene und projektspezifisch geschulte Interviewer eingesetzt. Über die Vorgehensweise bei der Ermittlung der Zielpersonen und die Durchführung der Interviews erhielten die eingesetzten Interviewer ausführliche Instruktionen anhand einer schriftlichen Intervieweranweisung. 30 Prozent der geführten Interviews wurden im Rahmen der Rücklaufkontrolle telefonisch auf die Qualität und Zuverlässigkeit der Durchführung geprüft.

4.4 Gewichtung

Aus forschungsökonomischen und -organisatorischen Gründen kann bei Quoten-Auswahlverfahren in der Regel keine völlig exakte Aussteuerung der Stichprobe erfolgen. Die Anpassung der Stichprobe an die Sollstrukturen erfolgte daher auch im vorliegenden Fall im Rahmen der Datengewichtung. Sichergestellt war, dass in jeder der für die Gewichtung relevanten Zellen eine mehr als ausreichende Zellenbesetzung vorlag. Die Gewichtung gewährleistet, dass die der Auswertung zugrunde liegende Stichprobe in ihrer Zusammensetzung der Struktur der Grundgesamtheit exakt entspricht. Es wurden folgende Gewichtungen vorgenommen:

- Geschlecht * West (inkl. Berlin)/Ost (ohne Berlin) * Alter (5 Gruppen) auf Grundlage der Bevölkerungsfortschreibung zum 31.12.2003
- Bildung (5 Gruppen) * West (inkl. Berlin)/Ost (ohne Berlin) auf Grundlage des Mikrozensus 2004
- Bundesland (16 Gruppen) auf Grundlage der Bevölkerungsfortschreibung zum 31.12.2003
- BIK-Ortsgrößen (3 Gruppen) auf Grundlage des ADM-Stichprobensystems.

5 Ergebnisse

5.1 Interesse an einer beruflichen Tätigkeit bei der Bundeswehr

Viele der befragten Jugendlichen im Alter von 14 bis 23 Jahren befinden sich im Gesamtprozess ihrer Berufsfindung noch in der Phase der Probewahlen (vgl. Abschnitt 2.2) und haben von der Fülle, der ihnen offen stehenden beruflichen Optionen noch keine konkreten Vorstellungen entwickelt. Um das Potenzial der Interessenten an einer beruflichen Tätigkeit bei der Bundeswehr realistisch beziffern zu können, wird deshalb ein Verfahren angewandt, bei dem in Anlehnung an ein klassisches Stufenmodell des Marketings (AIDA-Modell) zwischen Attention (Aufmerksamkeit) und Interest (Interesse) unterschieden wird. Die Jugendlichen werden erstens danach gefragt, ob sie schon einmal daran gedacht haben, eine berufliche Tätigkeit bei der Bundeswehr aufzunehmen (Attention) und zweitens, ob sie sich vorstellen können, bei der Bundeswehr berufstätig zu sein (Interest). Diese Methode hat den Vorteil, dass auch diejenigen als Interessenten identifiziert werden können, die bisher noch nie eine berufliche Perspektive bei der Bundeswehr erwogen haben, die sich das aber durchaus vorstellen können.

Das generelle Interesse der Jugendlichen an der Bundeswehr ist bemerkenswert groß. Von den befragten jungen Männern kann sich jeder Dritte vorstellen, zumindest für eine gewisse Zeit eine berufliche Tätigkeit bei der Bundeswehr aufzunehmen – entweder als Soldat oder als ziviler Mitarbeiter (vgl. Tabelle 3). Jeder fünfte junge Mann ist sich in dieser Frage noch nicht sicher, kann sich eine solche berufliche Entwicklungsperspektive zumindest „unter Umständen“ vorstellen. Etwa jeder Zweite kann sich das nicht vorstellen.

Beim Vergleich der Altersgruppen, Bildungsniveaus und Regionen werden bemerkenswerte Differenzen deutlich. Es zeigt sich, dass das Interesse an der Bundeswehr in der Altersgruppe der 14- bis 15-Jährigen am größten ist. Hervorzuheben ist die Tatsache, dass sich in dieser Altersgruppe lediglich jeder Dritte nicht vorstellen kann, einmal bei der Bundeswehr berufstätig zu sein. Bei den über 19-Jährigen liegt der entsprechende Anteil bei rund 50 Prozent. Noch größer sind die Differenzen zwischen den betrachteten Bildungsniveaus. Am größten ist das Interesse bei denjenigen, die nur über einen Hauptschulabschluss verfügen bzw. die nur einen solchen Abschluss anstreben. Am geringsten ist es bei denjenigen, die über eine Hochschulreife verfügen bzw. eine solche

anstreben. In ähnlicher Weise wirkt sich auch die jeweilige Arbeitsmarktlage in den Regionen aus: Je höher die Arbeitslosigkeit, desto größer ist das Interesse an einer beruflichen Tätigkeit bei der Bundeswehr. Im Osten Deutschlands ist der Anteil der interessierten Jugendlichen mit über 40 Prozent überdurchschnittlich hoch.

Tabelle 3: Generelles Interesse Jugendlicher an einer Berufstätigkeit bei der Bundeswehr

Frage: „Könnten Sie sich zumindest für eine gewisse Zeit eine berufliche Tätigkeit bei der Bundeswehr vorstellen – entweder als Soldat/in oder als zivile/r Mitarbeiter/in?“ (Angaben in Prozent)						
	Junge Männer			Junge Frauen		
	Ja	Vielleicht	Nein	Ja	Vielleicht	Nein
Insgesamt	33	20	47	15	18	67
Altersgruppen						
14 bis 15 Jahre	38	26	36	12	21	67
16 bis 18 Jahre	33	20	47	15	17	68
19 bis 21 Jahre	30	17	53	16	18	66
22 bis 23 Jahre	32	18	50	14	19	67
Bildungsniveaus ¹						
Hochschulreife ²	27	16	57	13	21	66
Realschulabschluss	34	24	42	13	20	67
Hauptschulabschluss ³	40	19	41	20	11	70
Regionen						
Norddeutschland	29	21	50	20	22	58
Ostdeutschland	40	14	46	18	20	62
Süddeutschland	32	23	45	9	14	77
Westdeutschland	33	20	47	14	19	67

Anmerkungen: 1) Grundlage für die Zuordnung ist der höchste erreichte bzw. der höchste angestrebte Bildungsabschluss; 2) einschließlich Fachhochschulreife; 3) einschließlich kein Abschluss.

Datenbasis: Jugendbefragung des Sozialwissenschaftlichen Instituts der Bundeswehr 2005.

Bei den jungen Frauen ist das Interesse an der Bundeswehr als Arbeitgeber ebenfalls überraschend groß, auch wenn es geringer ausgeprägt ist als bei den jungen Männern. Jede siebte junge Frau im Alter von 14 bis 23 Jahren kann sich vorstellen, Soldatin oder zivile Mitarbeiterin zu werden. Etwa jede Fünfte kann sich das unter Umständen vorstellen. Für zwei Drittel der Befragten kommt diese Möglichkeit zurzeit nicht in Frage (vgl. Tabelle 3).

Im Zeitvergleich werden wie bei den jungen Männern nur geringfügige Veränderungen deutlich. Auch bei den jungen Frauen ist die Zahl derjenigen, die sich eine Berufstätigkeit bei der Bundeswehr nicht vorstellen können, leicht zurückgegangen.

Die Unterschiede zwischen den Altersgruppen, Bildungsniveaus und Regionen fallen bei den jungen Frauen verhältnismäßig gering aus. Bei genauerer Betrachtung werden

aber auch hier Differenzen deutlich, die auf die Erwerbschancen der Betroffenen verweisen, die wiederum mit dem Bildungsniveau und der Arbeitsmarktlage in der Region korrelieren. In vielen Regionen Nord- und Ostdeutschlands, in denen die Lage auf dem Ausbildungs- und Arbeitsmarkt besonders prekär ist, kann man ein überdurchschnittliches Interesse am Arbeitgeber Bundeswehr beobachten.

Tabelle 4: Berufstätigkeit bei der Bundeswehr als reale Option bei der Berufswahl

Frage: „Haben Sie schon einmal daran gedacht, für eine gewisse Zeit eine berufliche Tätigkeit bei der Bundeswehr aufzunehmen – entweder als Soldat/in oder als zivile/r Mitarbeiter/in?“ (Angaben in Prozent)						
	Junge Männer			Junge Frauen		
	Ja, schon einmal ernsthaft erwogen	Ja, mit dem Gedanken gespielt	Nein, noch nie daran gedacht	Ja, schon einmal ernsthaft erwogen	Ja, mit dem Gedanken gespielt	Nein, noch nie daran gedacht
Insgesamt	14	27	59	4	13	83
Altersgruppen						
14 bis 15 Jahre	15	28	57	3	9	88
16 bis 18 Jahre	11	27	62	3	17	80
19 bis 21 Jahre	13	26	61	7	12	81
22 bis 23 Jahre	16	27	57	2	14	84
Bildungsniveaus ¹						
Hochschulreife ²	13	25	62	4	15	81
Realschulabschluss	13	28	59	4	12	84
Hauptschulabschluss ³	14	29	57	4	10	86
Regionen						
Norddeutschland	16	23	61	4	17	79
Ostdeutschland	16	35	49	8	15	77
Süddeutschland	9	24	67	1	11	88
Westdeutschland	14	27	59	4	12	84

Anmerkungen: 1) Grundlage für die Zuordnung ist der höchste erreichte bzw. der höchste angestrebte Bildungsabschluss; 2) einschließlich Fachhochschulreife; 3) einschließlich kein Abschluss.

Datenbasis: Jugendbefragung des Sozialwissenschaftlichen Instituts der Bundeswehr 2005.

Fragt man die Jugendlichen, ob sie schon einmal daran gedacht haben, eine berufliche Tätigkeit bei der Bundeswehr aufzunehmen, dann kommt man zu weiteren interessanten Befunden (vgl. Tabelle 4). Von den jungen Männern haben 14 Prozent schon einmal ernsthaft erwogen, zur Bundeswehr zu gehen. 27 Prozent haben schon einmal mit dem Gedanken gespielt und 59 Prozent haben noch nie daran gedacht.

Für die jungen Frauen ist die Bundeswehr offensichtlich noch kein typischer Arbeitgeber. Nur vier Prozent der 14- bis 23-Jährigen haben schon einmal eine berufliche Tätig-

keit bei der Bundeswehr ernsthaft in Betracht gezogen, 13 Prozent haben mit dem Gedanken gespielt. Die meisten, immerhin 83 Prozent, haben noch nie daran gedacht.

Zwischen den Altersgruppen, Bildungsniveaus und Regionen gibt es in dieser Frage nur geringfügige Differenzen. Für die jungen Männer in den neuen Bundesländern kommt eine berufliche Tätigkeit bei der Bundeswehr wesentlich häufiger in Betracht. Jeder Zweite hat diese Möglichkeit schon einmal ernsthaft erwogen oder mit dem Gedanken gespielt. Bei den jungen Männern aus Süddeutschland trifft das nur auf jeden Dritten zu.

Wenn man beide Dimensionen, zum einen die Frage nach dem grundsätzlichen Interesse an einer Berufstätigkeit bei der Bundeswehr und zum anderen die Frage, ob man diese Möglichkeit schon einmal erwogen hat, kombiniert, dann erhält man ein präziseres Bild vom *Interessentenpotenzial*.

Abbildung 4: Interesse Jugendlicher an einer Berufstätigkeit bei der Bundeswehr

Schon daran gedacht?	Junge Männer			Junge Frauen		
	Berufliche Tätigkeit bei der Bundeswehr vorstellbar?			Berufliche Tätigkeit bei der Bundeswehr vorstellbar?		
	Ja	Vielleicht	Nein	Ja	Vielleicht	Nein
Ja, ernsthaft erwogen	10	3	1	3	0	1
Ja, mit Gedanken gespielt	19	5	3	7	4	2
Nein, noch nie daran gedacht	4	12	43	5	14	64

Datenbasis: Jugendbefragung des Sozialwissenschaftlichen Instituts der Bundeswehr 2005.

Zehn Prozent der befragten jungen Männer im Alter von 14 bis 23 Jahren können als *Kernpotenzial* bezeichnet werden (vgl. Abbildung 4). Das sind diejenigen, die eine berufliche Tätigkeit bei der Bundeswehr schon einmal ernsthaft erwogen haben und die sich eine solche Perspektive auch vorstellen können. In Anbetracht der vielfältigen Alternativen, die junge Leute im Rahmen ihrer Berufswahl grundsätzlich in Betracht ziehen können, ist dieser Anteil relativ groß. Als *Randpotenzial* können 27 Prozent identifiziert werden. Das sind diejenigen, die zumindest schon einmal mit dem Gedanken gespielt haben, zur Bundeswehr zu gehen und für die eine solche Möglichkeit auch „unter Umständen“ in Frage kommt. 16 Prozent der Befragten können als *latentes Potenzial* beschrieben werden. Hierbei handelt es sich um junge Männer, für die eine berufliche Tätigkeit bei der Bundeswehr in Frage kommt, die aber noch nie an diese Möglichkeit gedacht haben. Von den befragten jungen Frauen gehören drei Prozent zum

Kernpotenzial, 11 Prozent zählen zum *Randpotenzial* und 19 Prozent sind als *latentes Potenzial* zu bezeichnen (vgl. Abbildung 4).

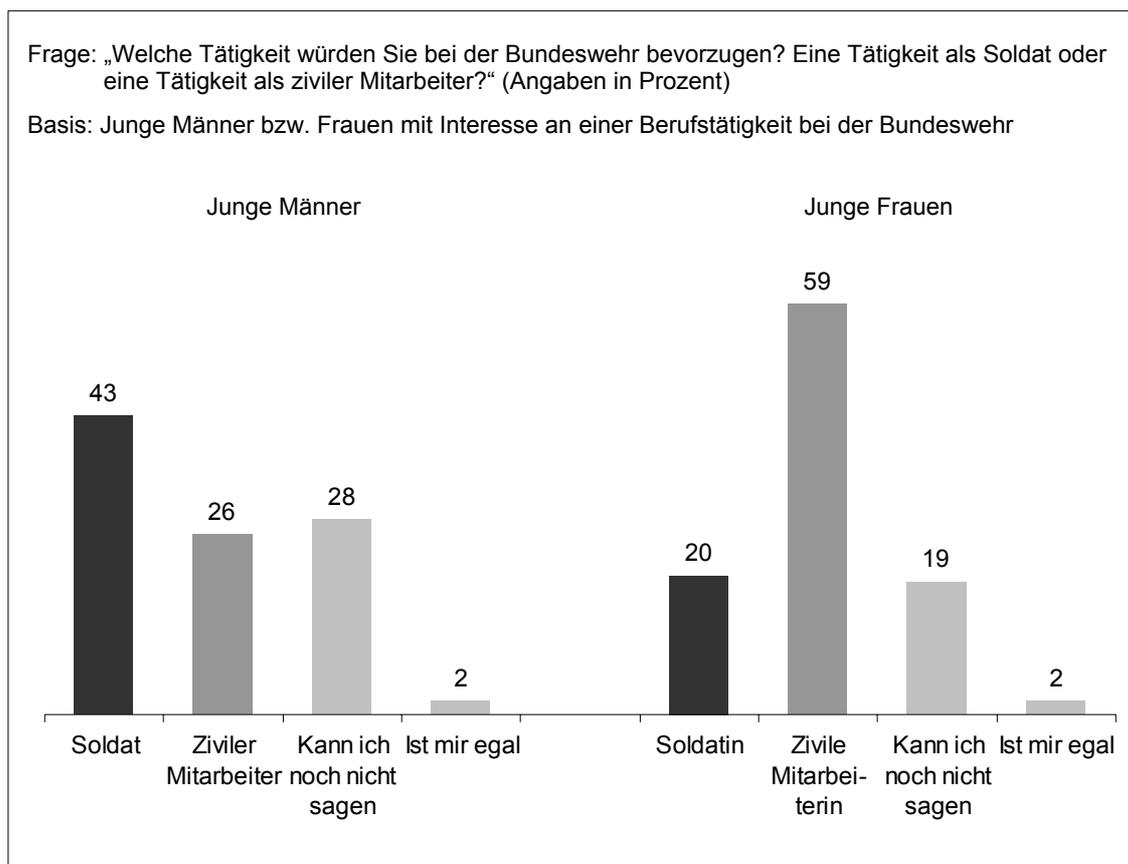
Die differenzierte Betrachtung macht einerseits deutlich, dass es unter den Jugendlichen bemerkenswert viele gibt, die sich ernsthaft für eine berufliche Perspektive bei den Streitkräften interessieren. Andererseits zeigt sich, dass es noch erhebliche Möglichkeiten gibt, das Interessentenpotenzial weiter auszubauen. Die Ausweitung des Potenzials ernsthaft Interessierter durch geeignete Maßnahmen der Nachwuchswerbung bietet die Möglichkeit, im Rahmen der Nachwuchsgewinnung diejenigen auszuwählen, die die besten körperlichen und geistigen Voraussetzungen für die angestrebten Verwendungen mitbringen.

5.2 Präferenzen interessierter Jugendlicher

Von den jungen Männern, die sich eine berufliche Tätigkeit bei der Bundeswehr vorstellen können¹, interessieren sich 43 Prozent für den Soldatenberuf, 26 Prozent für zivile Berufe, 31 Prozent haben sich noch nicht festgelegt (vgl. Abbildung 5). Bei den jungen Frauen ist das Interesse am Beruf der Soldatin erwartungsgemäß geringer als bei den jungen Männern. Doch immerhin jede Fünfte (20 Prozent) kann sich vorstellen, eine militärische Laufbahn einzuschlagen. Im Jahr 2004 lag der entsprechende Wert noch bei 13 Prozent. Diese Zahlen dokumentieren eine veränderte Sicht der jungen Frauen auf den Soldatenberuf und sind ein Beleg für den Erfolg der Nachwuchswerbung in diesem Bereich, vor allem mit dem sogenannten „Girls’Day“ bzw. Mädchen-Zukunftstag (vgl. Bundesministerium der Verteidigung 2005: 12). Doch noch immer interessiert sich die Mehrheit der jungen Frauen (59 Prozent), die sich eine berufliche Tätigkeit bei der Bundeswehr vorstellen können, für einen Beruf im zivilen Bereich (vgl. Abbildung 5).

1 Antwort auf die Frage: „Könnten Sie sich zumindest für eine gewisse Zeit eine berufliche Tätigkeit bei der Bundeswehr vorstellen – entweder als Soldat oder ziviler Mitarbeiter?“. „Ja, ganz sicher“ bis „Vielleicht, unter Umständen“.

Abbildung 5: Tätigkeitspräferenzen interessierter Jugendlicher

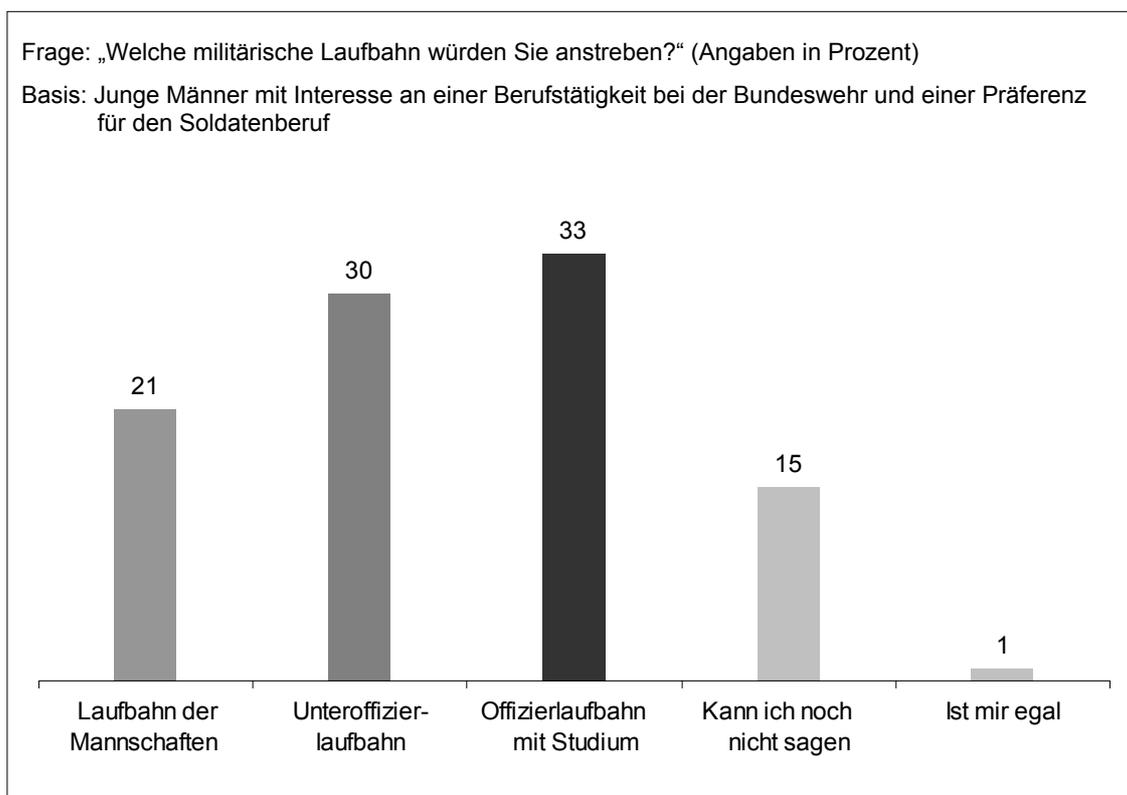


Datenbasis: Jugendbefragung des Sozialwissenschaftlichen Instituts der Bundeswehr 2005.

Welche Teilstreitkraft bevorzugen die jungen Männer, die sich für den Soldatenberuf interessieren? 29 Prozent würden gerne zur Luftwaffe gehen, 28 Prozent zum Heer, 13 Prozent zur Marine, neun Prozent zur Streitkräftebasis und fünf Prozent zum Sanitätsdienst. Ein kleinerer Teil kann sich noch nicht entscheiden.

Weiterführende Analysen auf der Basis der im Jahre 2004 durchgeführten Jugendstudie haben jedoch ergeben, dass sich ein Großteil der interessierten jungen Männer bei der Frage, in welcher Teilstreitkraft sie einmal dienen wollen, noch nicht festgelegt hat. Ähnliches gilt für die Verpflichtungszeit. Auch hier wollen bzw. können sich die meisten jungen Männer (64 Prozent) nicht festlegen, wie viele Jahre sie bei der Bundeswehr berufstätig sein wollen (vgl. Bulmahn 2005: 129).

Abbildung 6: Präferenzen junger Männer mit Interesse am Soldatenberuf



Datenbasis: Jugendbefragung des Sozialwissenschaftlichen Instituts der Bundeswehr 2005.

Welche militärische Laufbahn streben die interessierten jungen Männer an? 33 Prozent bevorzugen die Offizierlaufbahn mit Studium, 30 Prozent die Unteroffizierlaufbahn und 21 Prozent die Laufbahn der Mannschaften (vgl. Abbildung 6).

5.3 Erwartete Reaktionen des sozialen Umfeldes

Im Rahmen der Berufswahlforschung wird die Berufsfindung und -entscheidung zumeist als individueller Prozess beschrieben. Das gilt in besonderer Weise für die entwicklungstheoretischen Entwürfe und die lerntheoretischen Modelle. Die jugendlichen Berufswähler lernen demnach, ihre persönlichen Bedürfnisse und Vorlieben zu erkennen, ihre eigenen Begabungen und Leistungen einzuschätzen. Sie entwickeln ein berufsbezogenes Selbstkonzept. Die Fokussierung auf die individuelle Entwicklung verstellt dabei zumeist den Blick auf die soziale Dimension der Berufswahl. In Anbetracht der Lebenssituation der meisten Jugendlichen ist jedoch zu vermuten, dass die Eltern und – sofern vorhanden – auch die Geschwister, die Freunde bzw. die Partner einen erheblichen Einfluss auf den Verlauf des Berufsfindungsprozesses und die Berufsentscheidung haben. Im folgenden Abschnitt soll deshalb untersucht werden, wie

das soziale Umfeld aus Sicht der interessierten Jugendlichen auf die Entscheidung, bei der Bundeswehr berufstätig zu werden, reagieren würde und wie wichtig den jungen Männern und Frauen diese Reaktion wäre.

Wie unsere Untersuchungen zeigen, erwarten die befragten Jugendlichen zumeist positive Reaktionen der Familie und der Freunde. Von den interessierten jungen Männern glauben 76 Prozent, dass sich ihr Vater zustimmend äußern würde. 49 Prozent erwarten das von ihrer Mutter, 52 Prozent von ihren Geschwistern, 60 Prozent von den Freunden und 27 Prozent von der Partnerin (vgl. Tabelle 5). Ablehnende Reaktionen werden am ehesten von der Mutter (26 Prozent) und der Partnerin (25 Prozent) erwartet.

Tabelle 5: Erwartete Reaktionen des sozialen Umfeldes

Frage: „Einmal angenommen, Sie würden sich dafür entscheiden, bei der Bundeswehr berufstätig zu werden. Was meinen Sie? Wie würden Ihre Familie und Ihre Freunde reagieren?“ (Angaben in Prozent)					
Basis: Junge Männer bzw. Frauen mit Interesse an der Bundeswehr					
	Zustimmend	Neutral	Ablehnend	Trifft nicht zu ¹	Weiß nicht
Junge Männer					
Vater	76	16	6	1	1
Mutter	49	21	26	1	3
Geschwister	52	28	7	10	3
Freunde	60	29	10	0	1
Partnerin	27	20	25	25	3
Junge Frauen					
Vater	61	18	16	2	3
Mutter	45	26	28	0	1
Geschwister	51	24	13	8	4
Freunde	56	27	17	0	1
Partner	39	19	22	16	4

Anmerkung: 1) Trifft nicht zu, weil z. B. nicht vorhanden.

Datenbasis: Jugendbefragung des Sozialwissenschaftlichen Instituts der Bundeswehr 2005.

Die jungen Frauen, die sich für einen Beruf bei der Bundeswehr interessieren, erwarten etwas mehr Ablehnung von der Familie und den Freunden als die jungen Männer. 16 Prozent glauben, dass sich der Vater ablehnend äußern würde. 28 Prozent meinen das von ihrer Mutter, 13 Prozent von den Geschwistern, 17 Prozent von den Freunden und 22 Prozent vom Partner. Im Vergleich wird deutlich, dass auch die Frauen die stärkste Ablehnung von der Mutter und vom Partner erwarten.

Möglicherweise antizipieren beide Gruppen, sowohl junge Männer als auch junge Frauen, die Ängste und Sorgen der Mütter bzw. der Partner. Diese Ängste können unter-

schiedliche Ursachen haben. Sie dürften sich aber in erster Linie aus den möglichen Gefahren ergeben, die mit dem Soldatenberuf und damit mit der Bundeswehr insgesamt verbunden werden.

Wie wichtig den interessierten Jugendlichen die Reaktionen des sozialen Umfeldes sind, wird im zweiten Schritt der Analyse deutlich. Der Anteil der Jugendlichen, die die Meinung der Familie bzw. der Freunde für „wichtig“ bzw. für „sehr wichtig“ halten, bezieht sich insgesamt auf 91 Prozent bei den jungen Männern bzw. auf 84 Prozent bei den jungen Frauen (vgl. Tabelle 6).

Tabelle 6: Wichtigkeit der Reaktionen des sozialen Umfeldes für die Jugendlichen

Frage: „Wie wichtig wäre Ihnen die Meinung Ihrer Familie bzw. Ihrer Freunde in diesem Fall?“ (Angaben in Prozent)					
Basis: Junge Männer bzw. Frauen mit Interesse an der Bundeswehr					
	Sehr wichtig ¹	Wichtig	Unwichtig ²	Trifft nicht zu ³	Weiß nicht
Junge Männer					
Vater	44	47	7	1	1
Mutter	43	50	6	1	1
Geschwister	23	57	8	10	2
Freunde	28	65	6	0	1
Partnerin	35	38	3	23	1
Junge Frauen					
Vater	35	49	12	3	1
Mutter	42	49	9	0	0
Geschwister	20	56	14	8	2
Freunde	25	65	10	0	0
Partner	38	40	6	15	1

Anmerkungen: 1) Anteile „außerordentlich wichtig“ und „sehr wichtig“ zusammengefasst; 2) Anteile „weniger wichtig“ und „gar nicht wichtig“ zusammengefasst; 3) Trifft nicht zu, weil beispielsweise nicht vorhanden.

Datenbasis: Jugendbefragung des Sozialwissenschaftlichen Instituts der Bundeswehr 2005.

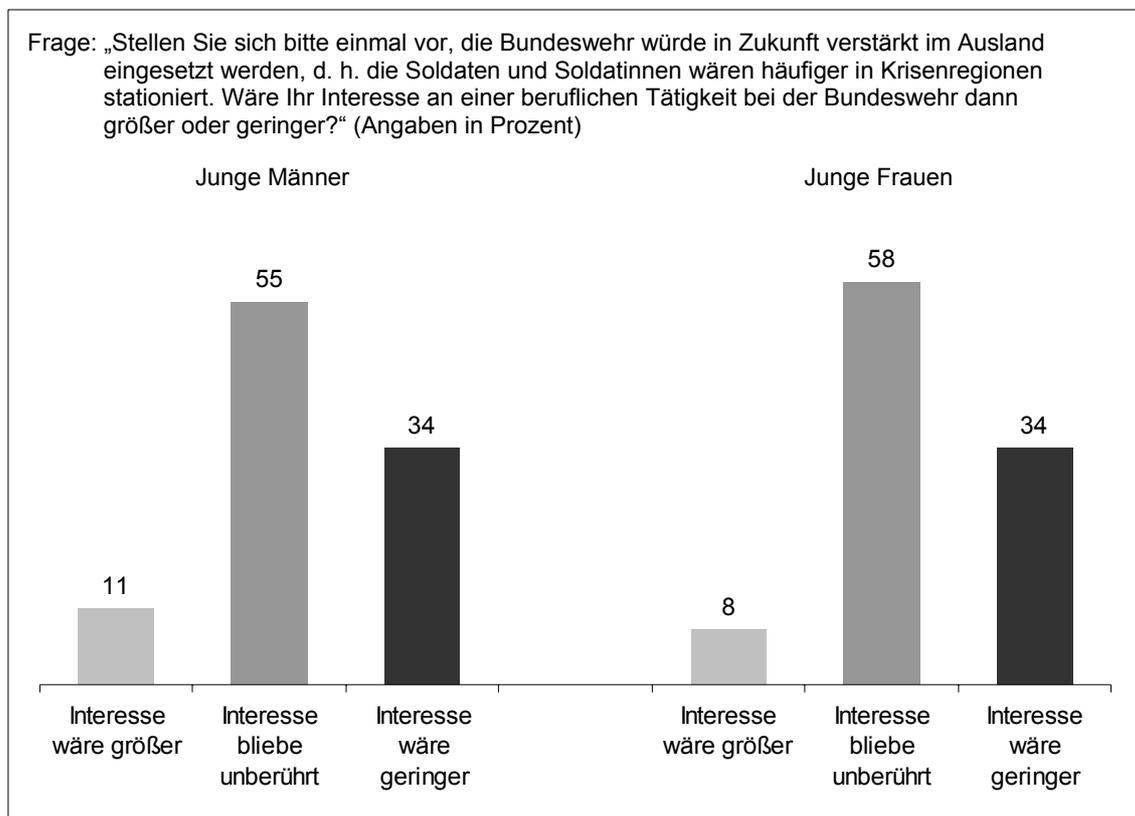
Nur sehr wenige geben an, dass ihnen die Meinung der Anderen „unwichtig“ ist. Wie zu erwarten war, haben die Eltern dabei einen besonderen Stellenwert. Rund 40 Prozent der Jugendlichen stufen die Meinung des Vaters bzw. der Mutter in Fragen der Berufsfindung und -entscheidung als „außerordentlich wichtig“ bzw. als „sehr wichtig“ ein.

Diese Ergebnisse machen deutlich, wie relevant das soziale Umfeld für die jugendlichen Berufswähler ist. Man kann folglich davon ausgehen, dass Eltern, Geschwister, Freunde und Partner die Berufswahl Jugendlicher maßgeblich mit beeinflussen.

5.4 Attraktivität der Bundeswehr als Armee im Auslandseinsatz

In den letzten Jahren hat sich das Auftragspektrum der Bundeswehr grundlegend gewandelt. Immer häufiger wird die Bundeswehr im Ausland eingesetzt. Immer mehr Soldatinnen und Soldaten verrichten ihren Dienst in Krisenregionen. Im folgenden Abschnitt soll untersucht werden, wie sich diese Entwicklung auf das Interesse Jugendlicher an einer Berufstätigkeit bei der Bundeswehr auswirkt. Im Mittelpunkt steht die Frage, wie die Jugendlichen reagieren, wenn die Bundeswehr sich weiter zu einer Armee im Einsatz entwickelt und in noch größerem Umfang Auslandseinsätze zu bewältigen hat. Geht das Interesse der jungen Männer und Frauen an einer beruflichen Tätigkeit bei der Bundeswehr dann zurück oder nimmt das Interesse zu?

Abbildung 7: Attraktivität der Bundeswehr bei vermehrten Einsätzen im Ausland



Datenbasis: Jugendbefragung des Sozialwissenschaftlichen Instituts der Bundeswehr 2005.

Von den befragten jungen Männern meinen 34 Prozent, dass ihr Interesse an einer beruflichen Tätigkeit bei der Bundeswehr geringer wäre, wenn die Streitkräfte in Zukunft häufiger im Ausland eingesetzt und die Soldatinnen und Soldaten vermehrt in Krisenregionen stationiert werden. 11 Prozent geben an, dass ihr Interesse dann größer wäre, und 55 Prozent sagen, dass ihr Interesse gleich bliebe (vgl. Abbildung 7). Alles in

allem zeichnet sich in der Gruppe der jungen Männer eine Verringerung des Interesses um 23 Prozentpunkte ab.

Tabelle 7: Attraktivität der Bundeswehr bei vermehrten Einsätzen im Ausland

Frage: „Stellen Sie sich bitte einmal vor, die Bundeswehr würde in Zukunft verstärkt im Ausland eingesetzt werden, d. h. die Soldaten und Soldatinnen wären häufiger in Krisenregionen stationiert. Wäre Ihr Interesse an einer beruflichen Tätigkeit bei der Bundeswehr dann größer oder geringer?“ (Angaben in Prozent)						
	Junge Männer			Junge Frauen		
	Interesse wäre größer	Interesse bliebe unberührt	Interesse wäre geringer	Interesse wäre größer	Interesse bliebe unberührt	Interesse wäre geringer
Insgesamt	11	55	34	8	58	34
Interessenlagen						
Interessierte	20	48	32	16	45	39
Unentschlossene	13	52	35	12	44	44
Uninteressierte	4	62	34	4	66	30
Laufbahnpräferenzen ¹						
Militärische Laufbahn	22	47	31	(17) ²	(39) ²	(44) ²
Zivile Laufbahn	13	48	39	11	45	44

Anmerkungen: 1) Nur Jugendliche mit Interesse an einer beruflichen Tätigkeit bei der Bundeswehr;
2) Angabe basiert auf sehr kleiner Fallzahl (n=66) und ist nur eingeschränkt interpretierbar.

Datenbasis: Jugendbefragung des Sozialwissenschaftlichen Instituts der Bundeswehr 2005.

In der für die Nachwuchswerbung relevanteren Gruppe der interessierten jungen Männer ist mit geringeren Auswirkungen zu rechnen (vgl. Tabelle 7). Von denen, die sich zurzeit eine berufliche Tätigkeit bei der Bundeswehr vorstellen können, meinen 32 Prozent, dass ihr Interesse geringer wäre, 20 Prozent, dass es größer wäre und 48 Prozent, dass es gleich bliebe. Der Nettoeffekt beziffert sich für diese Gruppe folglich auf -12 Prozent.

Bei der Analyse stellt sich interessanterweise heraus, dass die vermehrten Auslandseinsätze der Bundeswehr – auch mit dem Hinweis auf eine häufigere Stationierung der Soldatinnen und Soldaten in Krisenregionen – für einen Teil der Jugendlichen durchaus attraktiv sind. Von den jungen Männern, die sich eine berufliche Tätigkeit bei der Bundeswehr vorstellen können, meint immerhin jeder Fünfte, dass sein Interesse dann sogar größer wäre. Bei denen, die sich eine militärische Laufbahn bei der Bundeswehr vorstellen können, liegt der Wert bei 22 Prozent. Bei den jungen Frauen fallen die Antworten ganz ähnlich aus. 34 Prozent meinen, ihr Interesse wäre geringer. Nur acht Prozent glauben, ihr Interesse wäre größer. Die überwiegende Mehrheit, 58 Prozent, sagt, ihr Interesse bliebe gleich.

Die Daten der Jugendumfrage 2005 wurden in der Zeit vom 04. bis 23. November 2005 erhoben. Am 14. November 2005 wurden Bundeswehrsoldaten des ISAF-Kontingents in Kabul Opfer eines Selbstmordanschlages. Ein deutscher Soldat kam dabei ums Leben und zwei seiner Kameraden wurden schwer verletzt. An den folgenden Tagen berichteten die Medien in Deutschland sehr intensiv über diesen Vorfall (vgl. Abbildung 8).

Abbildung 8: Medienberichte über einen Anschlag auf deutsche Soldaten im Ausland

Selbstmord-Anschlag!
Deutscher Soldat stirbt in Kabul

Von RUDOLF PORSCH (z. Zt. in Afghanistan) Kabul - Morgens hatten die deutschen Soldaten der Internationalen Schutztruppe (ISAF) noch Fußball gespielt, gegen eine Auswahl der Aman-Oberschule mit 1:2 verloren. Wenige Stunden später war ein deutscher Soldat tot - Opfer feiger Selbstmordbomber! Gestern, 15 Uhr, die Dschalalabad Road in Kabul: Vor dem Gebäu-

de der Wahlbehörde rammt ein mit Sprengstoff beladener Toyota einen Mercedes-Geländewagen („Wolf“). Bundeswehr und es diert!

In den Flammen s ein deutscher Feldjä zwei Kameraden sechs Zivilisten wei verletzt. An fast glei Stelle starben im 2005 vier Bundesw soldaten bei ei Bombenanschlag einen Bus.

Während Sanitäter die Verletzten bergen, sprengt sich nur 500 Me- ter entfernt ein zweiter Selbstmordbomber in

Schon am Morgen hatte die deutsche Bot- schaft vor möglichen An- schlägen gewarnt. Seit Tagen geisterte ein Ge-

Der tote deutsche Soldat von Kabul

Kabul - Die Flaggen auf halbmast, darunter ein Porträt des deutschen Soldaten, der bei einem Attentat in Afghanistan umgekommen war - in Kabul nahm die Bundeswehr Abschied von Oberstleutnant Armin F. († 44). Bei zwei Selbstmordan- schlägen waren am Mon- tag in Kabul Betreuungs- offizier F. aus Franken und acht weitere Menschen ums Leben gekommen (BILD berichtete). Zu bei- den Anschlägen hatten sich die Taliban bekannt. „Wir werden den Atten- tatoren, Mördern und t- predigern nicht weicht“, sagte General Armin Kommandeur des d- schen Einsatzkonting- der Afghanistan-Sch- truppe ISAF („Internat- ional Security Assista- er. Ammon: „Die I- steht für Hoffnung und Zu- versicht für dieses ge- schundene Land.“ Der Leichnam des ge- fallenen Offiziers soll heu- te nach Deutschland

Kritik am deutschen Afghanistan-Einsatz wies der Vize-Chef des Bundeswehrverbandes, Wolfgang ... Ostermeier,

Abschied vom toten Kameraden

Redwitz - Die Deutschland-Fah- ne bedeckt den Holzsarg des Offiziers, darauf sein Helm: Die Bundeswehr nahm gestern auf dem Friedhof in Redwitz (Bay- ern) Ab- scheid von Oberstleu- nant Armin Franz (44). Er war bei einem Selbstmordattentat in Kabul getötet worden. Neben dem Sarg: ein Foto des Toten, das mit einem Trauerflor versehen ist (kleines Foto).

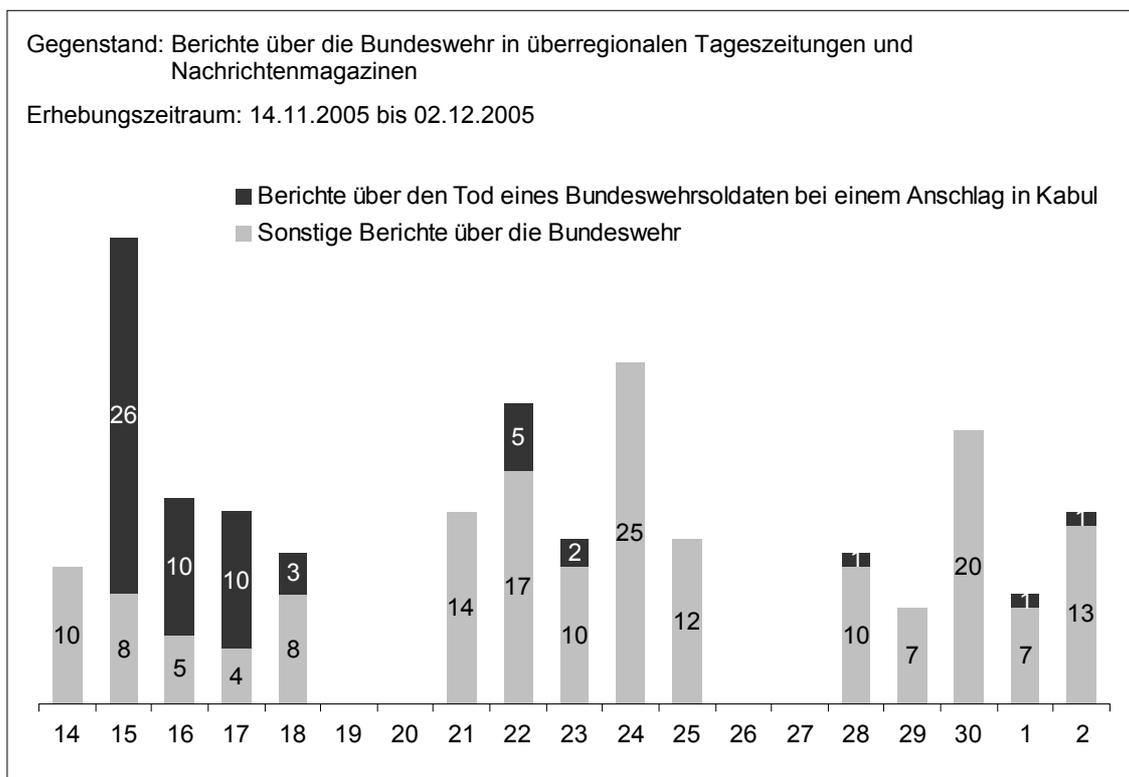
Bild Zeitung, 15.11.2005, S. 12

Bild Zeitung, 16.11.2005, S. 24

Bild Zeitung, 22.11.2005, S. 1

Eine Inhaltsanalyse auf der Basis von acht Tageszeitungen und zwei Nachrichtenmagazinen hat ergeben, dass sich die Berichterstattung über die Bundeswehr in diesem Zeitraum deutlich verstärkt hat und zugleich wesentlich kritischer geworden ist (vgl. Abbildung 9).

Abbildung 9: Terroranschlag auf die Bundeswehr im Spiegel der Medien

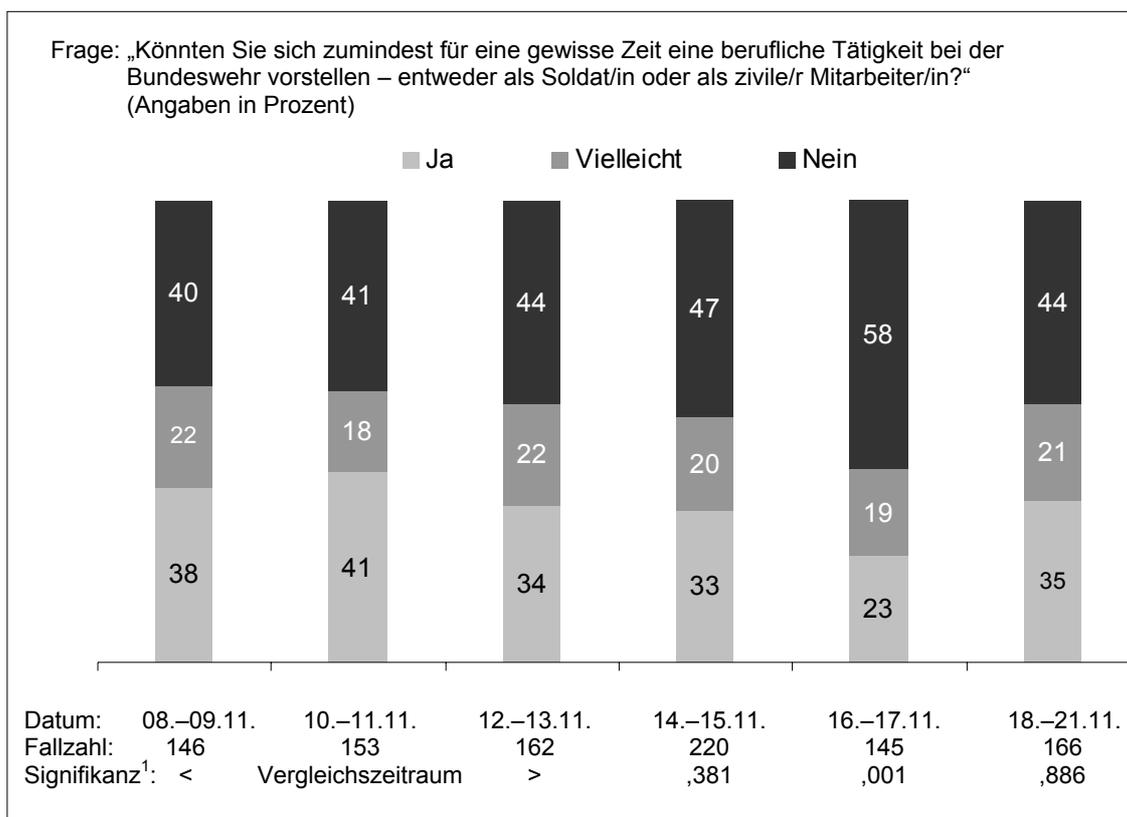


Datenbasis: 229 Berichte in 8 Tageszeitungen und 2 Nachrichtenmagazinen (Bild Zeitung, Financial Times Deutschland, Focus, Frankfurter Allgemeine Zeitung, Frankfurter Rundschau, Handelsblatt, Der Spiegel, Süddeutsche Zeitung, Tageszeitung TAZ, Die Welt).

Im Rahmen der Nachwuchswerbung stellt sich die Frage, inwieweit sich ein derartiges Ereignis auf das Interesse Jugendlicher an einer beruflichen Tätigkeit bei der Bundeswehr auswirkt. In Anbetracht der intensiven Berichterstattung der Medien, kann man davon ausgehen, dass eine Mehrheit der jungen Männer und Frauen Berichte über dieses Ereignis gesehen, gehört bzw. gelesen hat. Darüber hinaus ist zu erwarten, dass es zu einem Rückgang des Interesses kommt. Die Frage ist, wie groß und wie nachhaltig ist dieser Effekt?

Entsprechende Analysen bestätigen die Hypothese. Es zeigt sich, dass das Interesse junger Männer mit einer Zeitverzögerung von nur einem Tag – bezogen auf die ersten Medienberichte – signifikant zurückging. An den Tagen vor dem Anschlag konnten sich durchschnittlich 38 Prozent der jungen Männer vorstellen, bei der Bundeswehr berufstätig zu werden. An den beiden Tagen nach den ersten Medienberichten über den Terroranschlag und den Tod eines Bundeswehrsoldaten, waren es nur noch 23 Prozent (vgl. Abbildung 10). Innerhalb weniger Tage hat sich das Interesse junger Männer an einer Berufstätigkeit bei der Bundeswehr um fast 40 Prozent abgeschwächt.

Abbildung 10: Interesse junger Männer an einer Berufstätigkeit bei der Bundeswehr



Anmerkung: 1) Chi-Quadrat Test bezogen auf die durchschnittliche Verteilung im Vergleichszeitraum vom 08.11. bis 13.11.2005.

Datenbasis: Jugendbefragung des Sozialwissenschaftlichen Instituts der Bundeswehr 2005.

Die zeitliche Parallelität zur Berichterstattung in den Medien ist bemerkenswert. Bereits einen Tag nach den ersten Meldungen über den Terroranschlag in Kabul und den Tod eines Bundeswehrsoldaten ging das Interesse der jungen Männer zurück und kurz nach dem Ende der intensiven Berichterstattung stieg es wieder deutlich an. Bereits im Zeitraum vom 18. bis 21. November 2005 hatte das Interesse der jungen Männer nahezu das Ausgangsniveau erreicht. Weil das Medieninteresse nur kurze Zeit anhielt, hat sich dieses Ereignis nicht nachhaltig auf das Interesse Jugendlicher ausgewirkt.

5.5 Kommunikation mit interessierten Jugendlichen

Die für die Nachwuchswerbung der Bundeswehr entscheidenden Fragen lauten, wie kann die Gruppe der Jugendlichen, die an einer Berufstätigkeit bei der Bundeswehr interessiert ist, durch geeignete Kommunikationsmaßnahmen vergrößert werden und wie kann diese Gruppe überzeugend angesprochen und zu einer Bewerbung motiviert werden. Es geht also zum einen um die Attraktivität der Bundeswehr als Arbeitgeber und

zum anderen um die Motivation der interessierten Jugendlichen. Beide Aspekte der Nachwuchswerbung müssen auf Erkenntnissen basieren, wie mit Jugendlichen kommuniziert werden kann, d. h. welche Informationsquellen sie nutzen, für welche Themen sie sich interessieren, ob sie Interesse an den Sport- und Musik-Events der Bundeswehr haben und ob sie an einem „Dialog“ mit der Bundeswehr interessiert sind. Im folgenden Abschnitt werden die wichtigsten Erkenntnisse zu diesem Themenfeld präsentiert.

Von den jungen Männern, die sich eine berufliche Tätigkeit bei der Bundeswehr vorstellen können, haben 36 Prozent schon einmal von sich aus Kontakt mit der Bundeswehr gesucht (vgl. Tabelle 8). Bei den interessierten jungen Frauen ist der entsprechende Anteil mit 35 Prozent etwa gleich groß.

Tabelle 8: Kontaktaufnahme Jugendlicher mit der Bundeswehr

Frage: „Haben Sie schon einmal von sich aus Kontakt mit der Bundeswehr gesucht?“ (Angaben in Prozent)				
	Junge Männer		Junge Frauen	
	Ja	Nein	Ja	Nein
Insgesamt	17	83	7	93
Regionen				
Norddeutschland	14	86	10	90
Ostdeutschland	25	75	11	89
Süddeutschland	12	88	3	97
Westdeutschland	18	82	8	92
Interessenlagen				
Interessierte	36	64	35	65
Unentschlossene	14	86	7	93
Uninteressierte	5	95	2	98
Laufbahnpräferenzen ¹				
Militärische Laufbahn	38	62	(45) ²	(55) ²
Zivile Laufbahn	25	75	13	87

Anmerkungen: 1) Nur Jugendliche mit Interesse an einer beruflichen Tätigkeit bei der Bundeswehr;
2) Angabe basiert auf sehr kleiner Fallzahl (n=66) und ist nur eingeschränkt interpretierbar.

Datenbasis: Jugendbefragung des Sozialwissenschaftlichen Instituts der Bundeswehr 2005.

Von den jungen Männern, die sich für eine militärische Laufbahn interessieren, haben 38 Prozent schon einmal Kontakt mit der Bundeswehr gesucht, bei denen, die eine zivile Laufbahn anstreben, waren es 25 Prozent (vgl. Tabelle 8). Zwischen den einzelnen Regionen sind erhebliche Differenzen zu beobachten. In Ostdeutschland hat jeder vierte junge Mann im Alter zwischen 14 bis 23 Jahren schon einmal Kontakt mit der Bundeswehr gesucht. In Süddeutschland trifft das nur auf jeden Achten zu. Diese Ergebnisse deuten darauf hin, dass in den neuen Bundesländern das Interesse der

Jugendlichen an der Bundeswehr vor dem Hintergrund der kritischen Lage auf dem Ausbildungs- und Arbeitsmarkt wesentlich größer ist als in den alten Bundesländern.

Von den interessierten jungen Männern gaben 58 Prozent an, dass sie schon einmal von der Bundeswehr angesprochen bzw. angeschrieben wurden. Bei den interessierten jungen Frauen waren es mit 32 Prozent deutlich weniger (vgl. Tabelle 9).

Tabelle 9: Kontaktaufnahme der Bundeswehr mit den Jugendlichen

Frage: „Wurden Sie schon einmal von der Bundeswehr angesprochen bzw. angeschrieben?“ (Angaben in Prozent)				
	Junge Männer		Junge Frauen	
	Ja	Nein	Ja	Nein
Insgesamt	49	51	8	92
Regionen				
Norddeutschland	37	63	14	86
Ostdeutschland	60	40	8	92
Süddeutschland	45	55	3	97
Westdeutschland	53	47	8	92
Interessenlagen				
Interessierte	58	42	32	68
Unentschlossene	44	56	6	94
Uninteressierte	46	54	3	97
Laufbahnpräferenzen ¹				
Militärische Laufbahn	58	42	(37) ²	(63) ²
Zivile Laufbahn	59	41	12	88

Anmerkungen: 1) Nur Jugendliche mit Interesse an einer beruflichen Tätigkeit bei der Bundeswehr;
2) Angabe basiert auf sehr kleiner Fallzahl (n=66) und ist nur eingeschränkt interpretierbar.

Datenbasis: Jugendbefragung des Sozialwissenschaftlichen Instituts der Bundeswehr 2005.

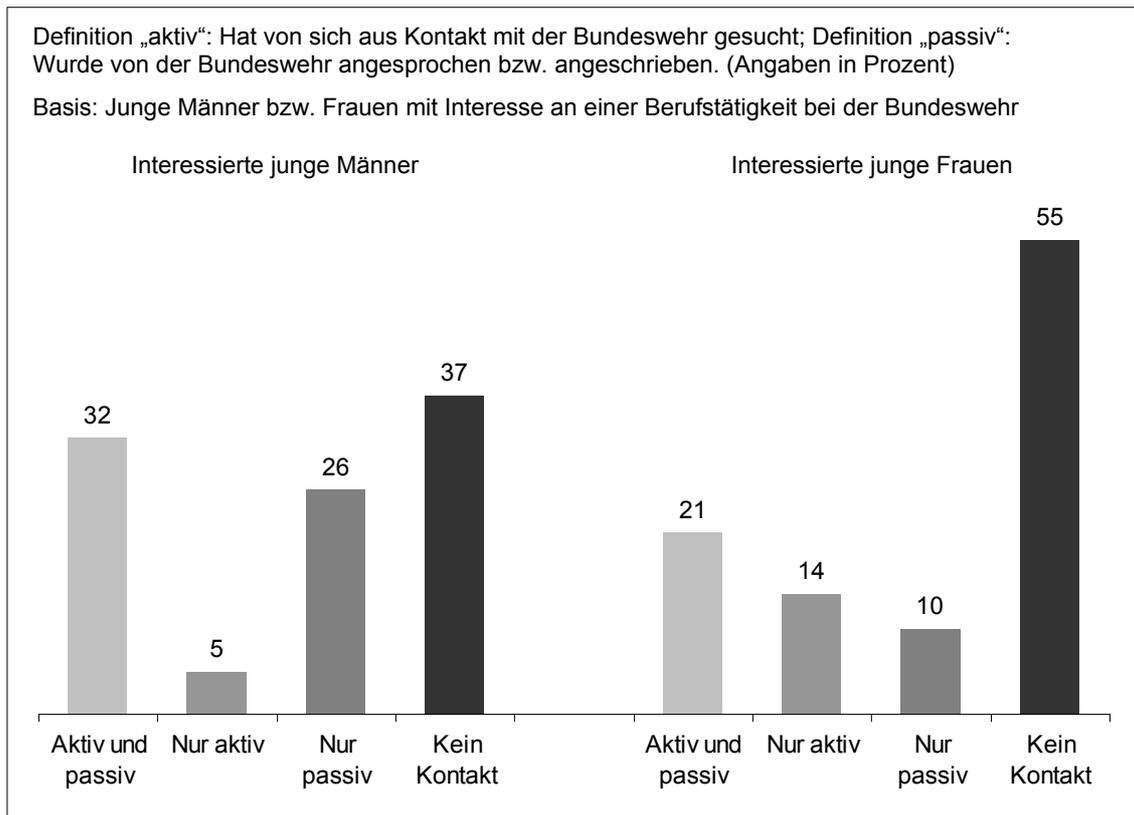
Auch bei dieser Frage zeigen sich wieder erhebliche regionale Differenzen. Während in Ostdeutschland 60 Prozent aller jungen Männer schon einmal von der Bundeswehr angesprochen bzw. angeschrieben wurden, ist das in Süddeutschland nur bei 45 Prozent und in Norddeutschland nur bei 37 Prozent der Fall.

Bisher wurden die zwei unterschiedlichen Möglichkeiten der Kontaktaufnahme isoliert betrachtet: Aktive Kontaktaufnahme bedeutet dabei, dass die Jugendlichen von sich aus Kontakt mit der Bundeswehr gesucht haben, passive Kontaktaufnahme, dass die Jugendlichen von der Bundeswehr angesprochen bzw. angeschrieben wurden. Im Folgenden sollen aktive und passive Kontaktaufnahme kombiniert werden.

Für die Gruppe der jungen Männer, die sich eine berufliche Tätigkeit bei der Bundeswehr vorstellen kann, stellt sich die Situation wie folgt dar: 32 Prozent haben schon einmal von sich aus Kontakt mit der Bundeswehr gesucht und wurden auch bereits von

der Bundeswehr angesprochen bzw. angeschrieben. Fünf Prozent haben nur von sich aus Kontakt mit der Bundeswehr gesucht, 26 Prozent wurden nur von der Bundeswehr kontaktiert und 37 Prozent der interessierten jungen Männer hatten bisher noch keinen Kontakt mit der Bundeswehr (vgl. Abbildung 11).

Abbildung 11: Kontakt interessierter Jugendlicher mit der Bundeswehr



Datenbasis: Jugendbefragung des Sozialwissenschaftlichen Instituts der Bundeswehr 2005.

Die Ergebnisse machen deutlich, dass ein Teil der interessierten Jugendlichen von der Bundeswehr noch nicht erreicht wird und zum anderen zeigt sich, dass ein Teil der jungen Männer sich eine berufliche Perspektive bei der Bundeswehr vorstellen kann, ohne schon einmal direkten Kontakt mit der Bundeswehr gehabt zu haben.

Von den jungen Frauen, die sich eine berufliche Tätigkeit bei der Bundeswehr vorstellen können, hatten 21 Prozent sowohl aktiven als auch passiven Kontakt mit der Bundeswehr. Für jede fünfte interessierte junge Frau ist somit mindestens der Anfang für einen intensiveren Dialog bereitet. Mehr als jede zweite interessierte junge Frau ist mit der Bundeswehr bisher noch nicht ins Gespräch gekommen.

Tabelle 10: Kontakt Jugendlicher mit der Bundeswehr

Definition „Aktiv“: Hat von sich aus Kontakt mit der Bundeswehr gesucht; Definition „Passiv“: Wurde von der Bundeswehr angesprochen bzw. angeschrieben. (Angaben in Prozent)								
	Junge Männer				Junge Frauen			
	Aktiv und passiv	Nur aktiv	Nur passiv	Kein Kontakt	Aktiv und passiv	Nur aktiv	Nur passiv	Kein Kontakt
Insgesamt	15	3	34	48	4	3	4	89
Regionen								
Norddeutschland	11	2	26	61	8	2	5	85
Ostdeutschland	22	4	38	36	4	7	4	85
Süddeutschland	10	2	35	53	1	1	1	96
Westdeutschland	16	2	37	45	4	4	4	88
Interessenlagen								
Interessierte	32	5	26	37	21	14	10	55
Unentschlossene	11	3	33	53	2	5	4	89
Uninteressierte	4	1	42	53	1	1	2	96
Laufbahnpräferenzen ¹								
Militärische Laufbahn	32	6	25	37	(28) ²	(17) ²	(8) ²	(47) ²
Zivile Laufbahn	22	3	36	39	6	8	7	80

Anmerkungen: 1) Nur Jugendliche mit Interesse an einer beruflichen Tätigkeit bei der Bundeswehr;
 2) Angabe basiert auf sehr kleiner Fallzahl (n=66) und ist nur eingeschränkt interpretierbar.

Datenbasis: Jugendbefragung des Sozialwissenschaftlichen Instituts der Bundeswehr 2005.

Vier Prozent der jungen Frauen sagen, dass sie von sich aus schon einmal die Bundeswehr kontaktiert hätten und auch von der Bundeswehr angesprochen bzw. angeschrieben wurden. Drei Prozent hatten nur aktiven, vier Prozent nur passiven Kontakt. 89 Prozent hatten noch keine Berührung mit der Bundeswehr (vgl. Tabelle 10).

Um die Kommunikationsangebote der Bundeswehr weiter zu verbessern, wurden die interessierten Jugendlichen gefragt, welche Gelegenheiten sie schon einmal genutzt haben, um sich über die beruflichen Möglichkeiten bei der Bundeswehr zu informieren, und welche Informationsangebote der Bundeswehr sie sich wünschen.

Junge Männer, die sich eine berufliche Tätigkeit bei der Bundeswehr vorstellen können, nutzen in erster Linie ihr persönliches Umfeld, um sich über die Bundeswehr zu informieren. Gespräche mit Freunden und den Eltern stehen dabei an erster Stelle (vgl. Tabelle 11).

Tabelle 11: Nutzung von Informationsangeboten durch interessierte Jugendliche

Frage: „Über die beruflichen Möglichkeiten bei der Bundeswehr kann man sich ja in ganz verschiedener Weise informieren. Ich lese Ihnen einige Gelegenheiten vor. Sagen Sie mir bitte, ob Sie das schon einmal getan haben oder nicht.“ (Angaben in Prozent)				
	Interessierte junge Männer ¹		Interessierte junge Frauen ¹	
	Ja, habe ich schon mal gemacht	Nein, habe ich noch nicht gemacht	Ja, habe ich schon mal gemacht	Nein, habe ich noch nicht gemacht
Gespräche mit den Eltern	78	22	72	28
Gespräche mit Freunden	69	31	65	35
TV-Reportagen über den Alltag in der Bundeswehr ansehen	62	38	61	39
Informationsmaterial der Bundeswehr ansehen (Broschüren, Poster, CD-ROM)	60	40	52	48
Gespräche mit Soldaten bzw. Soldatinnen der Bundeswehr	53	47	54	46
Anzeigen der Bundeswehr in Zeitungen/Zeitschriften ansehen	49	51	52	48
Kaserne, Schiff bzw. Flugplatz der Bundeswehr besuchen	45	55	40	60
Veranstaltung der Bundeswehr besuchen	41	59	36	64
Internetseiten der Bundeswehr ansehen	38	62	39	61
Kontakt mit Wehrdienstberater/in haben	35	65	27	73
Kontakt mit Jugendoffizier der Bundeswehr haben	25	75	29	71
Kontakt mit der Bundeswehr auf einer Messe haben	22	78	28	72
Zentrum für Nachwuchsgewinnung besuchen	14	86	18	82
Praktikum bei der Bundeswehr absolvieren	5	95	10	90

Anmerkung: 1) Nur Jugendliche mit Interesse an einer beruflichen Tätigkeit bei der Bundeswehr.

Datenbasis: Jugendbefragung des Sozialwissenschaftlichen Instituts der Bundeswehr 2005.

Ebenfalls sehr oft genannt werden Fernsehberichte über die Streitkräfte und Informationsmaterial der Bundeswehr, wie es auf Messen, beim Tag der offenen Tür oder anderen Informationsveranstaltungen angeboten wird.

Persönliche Kontakte zur Bundeswehr bzw. zu ihren Angehörigen nutzt jeder zweite interessierte junge Mann. 53 Prozent haben schon einmal mit Soldaten der Bundeswehr gesprochen, 45 Prozent haben eine Kaserne bzw. einen Flugplatz besucht, 41 Prozent haben eine Veranstaltung von der Bundeswehr besucht.

Die Internetseiten der Bundeswehr werden von 38 Prozent der interessierten jungen Männer zur Information im Rahmen der Berufsfindung genutzt. 35 Prozent haben Kontakt mit einem Wehrdienstberater aufgenommen, 25 Prozent mit einem Jugendoffizier, 22 Prozent mit Bundeswehrangehörigen auf einer Messe und 14 Prozent mit einem Zentrum für Nachwuchsgewinnung. Fünf Prozent der interessierten jungen Männer hatten die Möglichkeit, ein Praktikum bei der Bundeswehr zu absolvieren.

Die Analysen zeigen, dass die interessierten jungen Frauen die vorhandenen Informationsquellen fast ebenso häufig nutzen wie die interessierten jungen Männer. Auch bei ihnen stehen Gespräche mit Freunden und den Eltern an erster Stelle. Fernsehberichte über die Streitkräfte, Informationsmaterial der Bundeswehr sowie die Internetseiten der Bundeswehr werden auch von den jungen Frauen sehr häufig zur Information genutzt. Zu persönlichen Kontakten kommt es dagegen eher selten. Gleichwohl haben derartige Begegnungen auch für die Berufswahl der jungen Frauen eine enorme Bedeutung.

Fragt man die interessierten jungen Männer, welche Möglichkeiten sie nutzen möchten, um sich über die beruflichen Angebote der Bundeswehr zu informieren, dann zeigt sich, dass Gespräche mit Eltern und Freunden weiterhin oberste Priorität haben (vgl. Tabelle 12). Darüber hinaus wird erkennbar, dass sie die gesamte Palette der Informationsangebote nutzen möchten. 65 Prozent der Befragten würden gerne eine Veranstaltung der Bundeswehr besuchen, 46 Prozent würden sich gerne in einem Zentrum für Nachwuchsgewinnung informieren und 42 Prozent würden gerne ein Praktikum bei der Bundeswehr durchführen.

Im Vergleich mit den bisher genutzten Informationsmöglichkeiten werden Optionen häufiger gewünscht, die einen persönlichen Kontakt mit Angehörigen der Bundeswehr ermöglichen. Besonders groß ist die Differenz zwischen vorhandenen Möglichkeiten und dem Wunsch, sich zu informieren, immer dann, wenn das Informationsangebot mit einem entsprechenden zeitlichen Engagement verbunden ist bzw. wenn organisatorische oder technische Voraussetzungen notwendig sind.

Tabelle 12: Von interessierten Jugendlichen gewünschte Informationsangebote

Frage: „Sagen Sie mir bitte, ob Sie die folgenden Gelegenheiten, sich über die beruflichen Aussichten bei der Bundeswehr zu informieren, demnächst einmal nutzen möchten oder nicht.“ (Angaben in Prozent)				
	Interessierte junge Männer ¹		Interessierte junge Frauen ¹	
	Ja, möchte ich demnächst einmal machen	Nein, möchte ich nicht machen	Ja, möchte ich demnächst einmal machen	Nein, möchte ich nicht machen
Gespräche mit den Eltern	78	22	69	31
Gespräche mit Freunden	68	32	60	40
TV-Reportagen über den Alltag in der Bundeswehr ansehen	65	35	70	30
Informationsmaterial der Bundeswehr ansehen (Broschüren, Poster, CD-ROM)	67	33	60	40
Gespräche mit Soldaten bzw. Soldatinnen der Bundeswehr	67	33	62	38
Anzeigen der Bundeswehr in Zeitungen/Zeitschriften ansehen	55	45	54	46
Kaserne, Schiff bzw. Flugplatz der Bundeswehr besuchen	67	33	59	41
Veranstaltung der Bundeswehr besuchen	65	35	63	37
Internetseiten der Bundeswehr ansehen	60	40	46	54
Kontakt mit Wehrdienstberater/in haben	51	49	41	59
Kontakt mit Jugendoffizier der Bundeswehr haben	41	59	43	57
Kontakt mit der Bundeswehr auf einer Messe haben	46	54	50	50
Zentrum für Nachwuchsgewinnung besuchen	46	54	35	65
Praktikum bei der Bundeswehr absolvieren	42	58	35	65

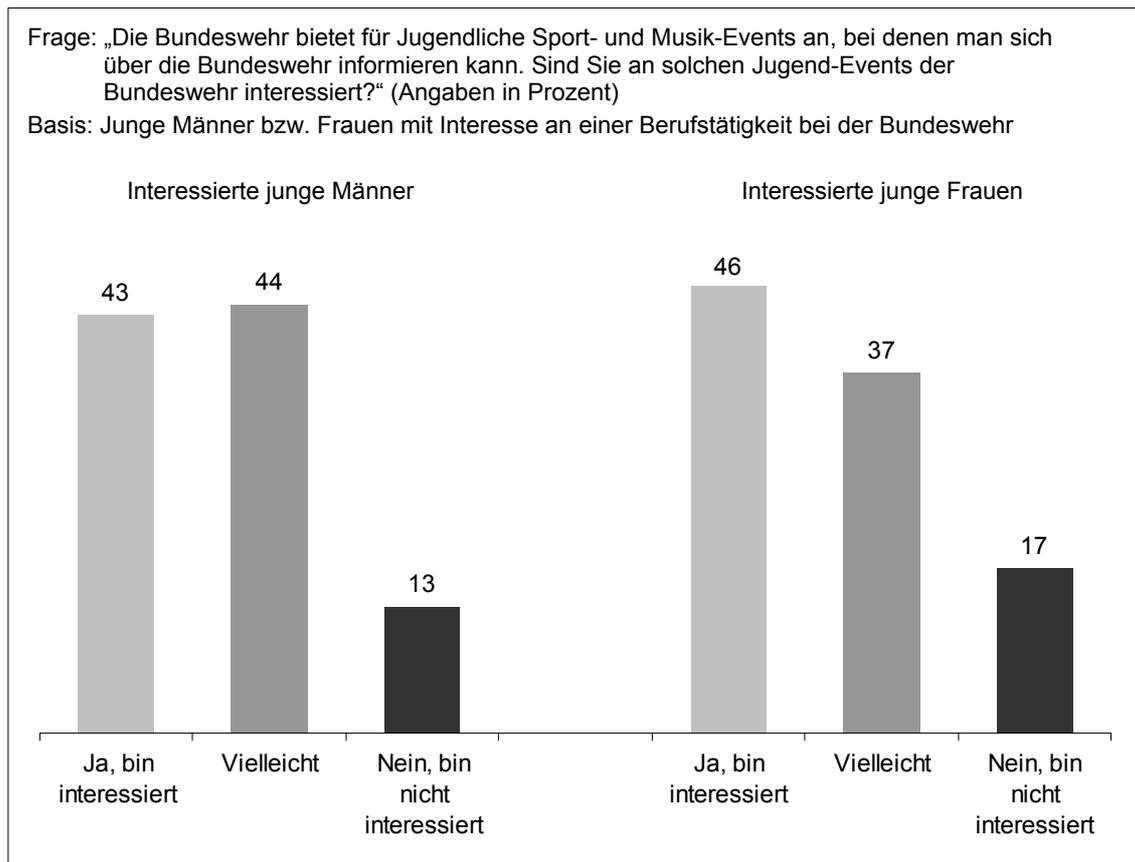
Anmerkung: 1) Nur Jugendliche mit Interesse an einer beruflichen Tätigkeit bei der Bundeswehr.

Datenbasis: Jugendbefragung des Sozialwissenschaftlichen Instituts der Bundeswehr 2005.

Viele der interessierten jungen Frauen möchten demnächst einmal die Bundeswehr persönlich kennen lernen (vgl. Tabelle 12). 63 Prozent möchten gerne eine Veranstaltung der Bundeswehr besuchen, 59 Prozent möchten gerne eine Kaserne, ein Schiff bzw. einen Flugplatz besichtigen. 62 Prozent würden gerne mit Soldaten der Bundeswehr sprechen, 50 Prozent möchten die Bundeswehr gerne auf einer Messe kontaktieren und 35 Prozent möchten ein Praktikum bei der Bundeswehr absolvieren.

Die Bundeswehr bietet den Jugendlichen seit einigen Jahren Sport- und Musik-Events an, bei denen sie sich auch über die Bundeswehr informieren können. An erster Stelle ist hier „Bw-Olympix – Der Teamsport-Event der Bundeswehr“ zu nennen. Wie groß ist das Interesse an solchen Jugend-Events der Bundeswehr in der Zielgruppe der Jugendlichen, die sich eine berufliche Tätigkeit bei der Bundeswehr vorstellen können?

Abbildung 12: Interesse an Sport- und Musik-Events der Bundeswehr



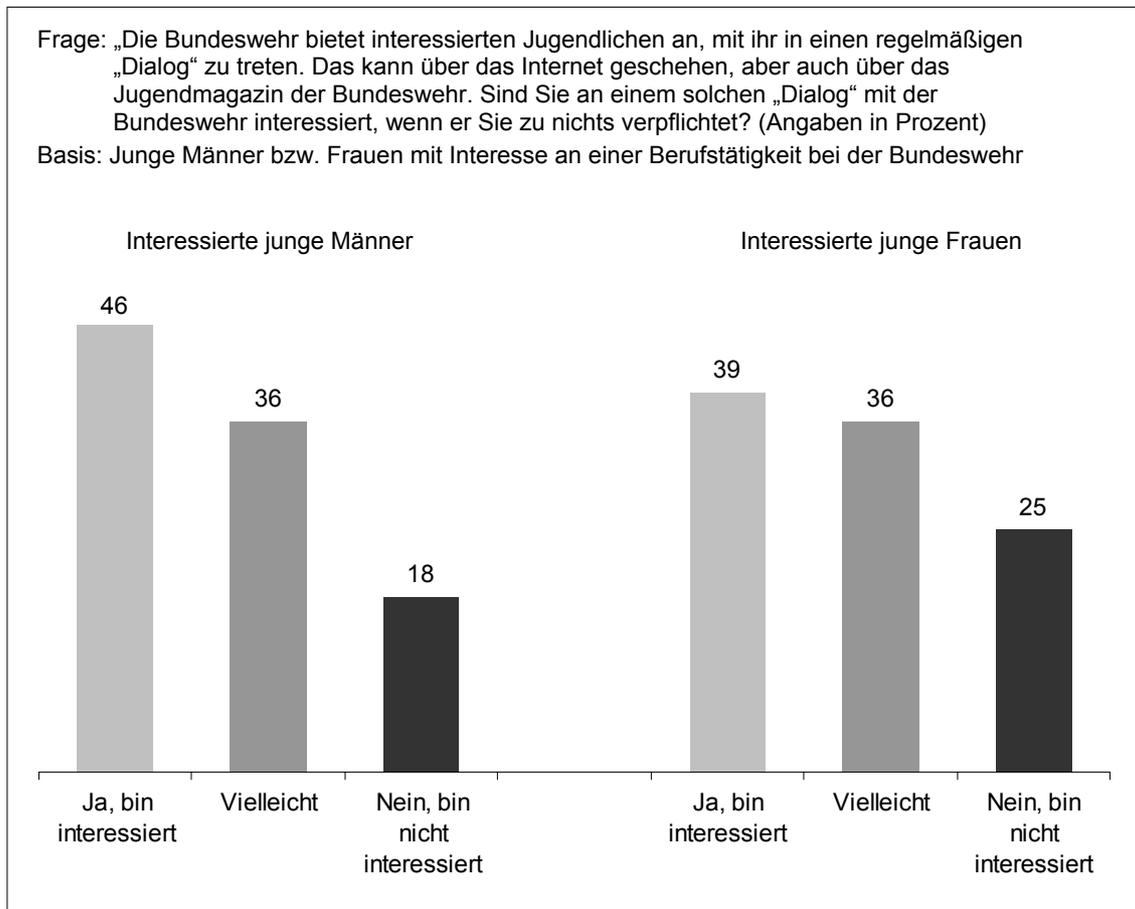
Datenbasis: Jugendbefragung des Sozialwissenschaftlichen Instituts der Bundeswehr 2005.

Die Untersuchungen zeigen, dass die Mehrheit der jungen Männer und Frauen, die zur Zielgruppe der Nachwuchswerbung zu zählen sind, Interesse an solchen Veranstaltungen hat, entweder ganz dezidiert oder doch zumindest unter Umständen (vgl. Abbildung 12). Nur 13 Prozent der interessierten jungen Männer und 17 Prozent der interessierten jungen Frauen sind nicht interessiert.

Neben den Sport- und Musik-Events bietet die Bundeswehr interessierten Jugendlichen auch regelmäßige Informationen an. Das kann über das Internet geschehen, aber auch über die „infopost“, das Jugendmagazin der Bundeswehr. 46 Prozent der jungen Männer, die sich eine berufliche Tätigkeit bei der Bundeswehr vorstellen können, interessie-

ren sich für dieses Angebot. 36 Prozent sind unter Umständen daran interessiert und 18 Prozent sind nicht interessiert (vgl. Abbildung 13). In der Gruppe der jungen Frauen möchten 39 Prozent dieses Angebot nutzen, 36 Prozent würden es vielleicht wahrnehmen und 25 Prozent interessieren sich nicht dafür.

Abbildung 13: Interesse an einem Dialog mit der Bundeswehr



Datenbasis: Jugendbefragung des Sozialwissenschaftlichen Instituts der Bundeswehr 2005.

Der relativ hohe Anteil der befragten Jugendlichen, die sich unter Umständen für Sport- und Musik-Events der Bundeswehr bzw. für weitergehende Informationen interessieren, zeigt, dass die Akzeptanz solcher Angebote nicht von vornherein gegeben, sondern vom Inhalt und der Gestaltung abhängig ist.

Fragt man die jungen Männer, die sich eine berufliche Tätigkeit bei der Bundeswehr vorstellen können, an welchen Themen sie persönlich interessiert sind, dann verweisen die meisten auf den Bereich „Bildung und Ausbildung“ (vgl. Tabelle 13). Etwa zwei Drittel interessieren sich für die Möglichkeiten der Berufsausbildung bzw. eines Studiums (65 Prozent) und für die Angebote zur beruflichen Fort- und Weiterbildung (69 Prozent). Relativ hoch ist auch der Anteil derjenigen, die sich für den Berufsalltag

der Soldatinnen und Soldaten, für die militärische Ausbildung, für die Militärtechnik und Bewaffnung der Bundeswehr bzw. den persönlichen Werdegang eines Soldaten bzw. einer Soldatin interessieren. Geringer ist das Interesse der befragten jungen Männer für die Einsätze der Bundeswehr im In- und Ausland.

Tabelle 13: Themenpräferenzen junger Männer und Frauen im Vergleich

Frage: „An welchen Themen der Bundeswehr sind Sie persönlich interessiert?“ (Angaben in Prozent)						
	Interessierte junge Männer ¹			Interessierte junge Frauen ¹		
	Ja, bin interessiert	Vielleicht, kommt darauf an	Nein, bin nicht interessiert	Ja, bin interessiert	Vielleicht, kommt darauf an	Nein, bin nicht interessiert
Möglichkeiten einer Berufsausbildung bzw. eines Studiums	65	20	15	66	20	14
Möglichkeiten der beruflichen Fort- und Weiterbildung	69	21	10	63	25	12
Militärische Ausbildung der Soldaten bzw. Soldatinnen	63	19	18	34	24	42
Berufsalltag der Soldaten bzw. Soldatinnen	65	20	15	56	22	22
Militärtechnik und Bewaffnung	64	19	17	20	24	56
Persönlicher Werdegang eines Soldaten bzw. einer Soldatin	63	21	16	46	29	25
Militärische Einsätze im Ausland	49	27	24	34	22	44
Hilfseinsätze im Ausland	43	30	28	43	26	31
Einsätze der Bundeswehr im Inland	55	28	17	39	33	28
Berufliche Möglichkeiten von Frauen bei der Bundeswehr	16	15	69	76	12	12

Anmerkung: 1) Jugendliche mit Interesse an einer beruflichen Tätigkeit bei der Bundeswehr.

Datenbasis: Jugendbefragung des Sozialwissenschaftlichen Instituts der Bundeswehr 2005.

Die jungen Frauen stellen andere Themen in den Mittelpunkt. Am meisten interessieren sie sich für die beruflichen Möglichkeiten für Frauen bei der Bundeswehr (76 Prozent), für die Möglichkeiten einer Berufsausbildung bzw. eines Studiums (66 Prozent) und für die Angebote der beruflichen Fort- und Weiterbildung (63 Prozent). Für die militärischen Einsätze der Bundeswehr im Ausland interessieren sich dagegen nur 34 Prozent, für die Militärtechnik und Bewaffnung nur 20 Prozent.

Alles in allem zeigen die Ergebnisse, dass die interessierten Jugendlichen bereits heute die vielfältigen Informationsangebote der Bundeswehr umfassend nutzen und dass sie die unterschiedlichen Gelegenheiten, sich über die beruflichen Möglichkeiten zu informieren, auch zukünftig in Anspruch nehmen wollen. Im Rahmen der Berufswahl durchlaufen die Jugendlichen unterschiedliche Entwicklungsstadien, in denen sie und ihr

soziales Umfeld spezifische Informationsbedürfnisse ausbilden. Diesen vielschichtigen Informationsbedürfnissen kann man nur mit einer kommunikationstechnisch und inhaltlich differenzierten Angebotspalette gerecht werden.

Das vergleichsweise geringere Interesse an militärischen Themen ist teilweise auf die Tatsache zurückzuführen, dass sich ein Teil derjenigen, die sich eine berufliche Tätigkeit bei der Bundeswehr grundsätzlich vorstellen können, eine zivile Laufbahn favorisiert. Wie entsprechende Analysen zeigen, unterscheiden sich die Interessen derjenigen, die eine zivile Laufbahn bevorzugen, von denen, die eine militärische Laufbahn anstreben, sehr deutlich. Daraus ergibt sich die Notwendigkeit einer differenzierten Kommunikation mit beiden Gruppen.

Gleiches gilt für die beiden Geschlechter. Die Themenpräferenzen von Männern und Frauen unterscheiden sich in mehreren Punkten. Grundsätzlich gilt, dass sich die jungen Frauen eher für soziale Aspekte der Berufstätigkeit interessieren, etwa für die Möglichkeit, mit anderen zusammenarbeiten zu können bzw. anderen Menschen helfen zu können. Die meisten jungen Männer interessieren sich dagegen eher für technische Dinge. Auch hier sollte erwogen werden, differenzierte Kommunikationsangebote für junge Männer und Frauen zu entwickeln, um den spezifischen Interessen und Informationsbedürfnissen besser gerecht werden zu können.

5.6 Berufswahlbezogene Motivstrukturen Jugendlicher

Grundlegende Veränderungen in der Gesellschaft, der Arbeitswelt und den Wertvorstellungen Jugendlicher stellen die Nachwuchswerbung der Bundeswehr vor erhebliche Herausforderungen. Um auch in Zukunft motivierte, leistungsfähige junge Männer und Frauen für den Dienst in den Streitkräften und in der zivilen Wehrverwaltung gewinnen zu können, muss die Nachwuchswerbung die Interessen, Bedürfnisse und Erwartungen der Jugendlichen kennen.

Um in diesem dynamischen Umfeld die richtigen Entscheidungen über geeignete Kommunikationsstrategien treffen zu können, werden neben den bewährten Instrumenten komplexere Forschungsmethoden benötigt. Im folgenden Abschnitt wird ein neu entwickeltes Konzept vorgestellt. Dieses Instrument basiert auf bedürfnistheoretischen Konzepten und entscheidungstheoretischen Ansätzen, wie sie von Vroom (1964), Bender-Szymanski (1976), Lange (1978) und anderen entwickelt wurden. Im Mittelpunkt

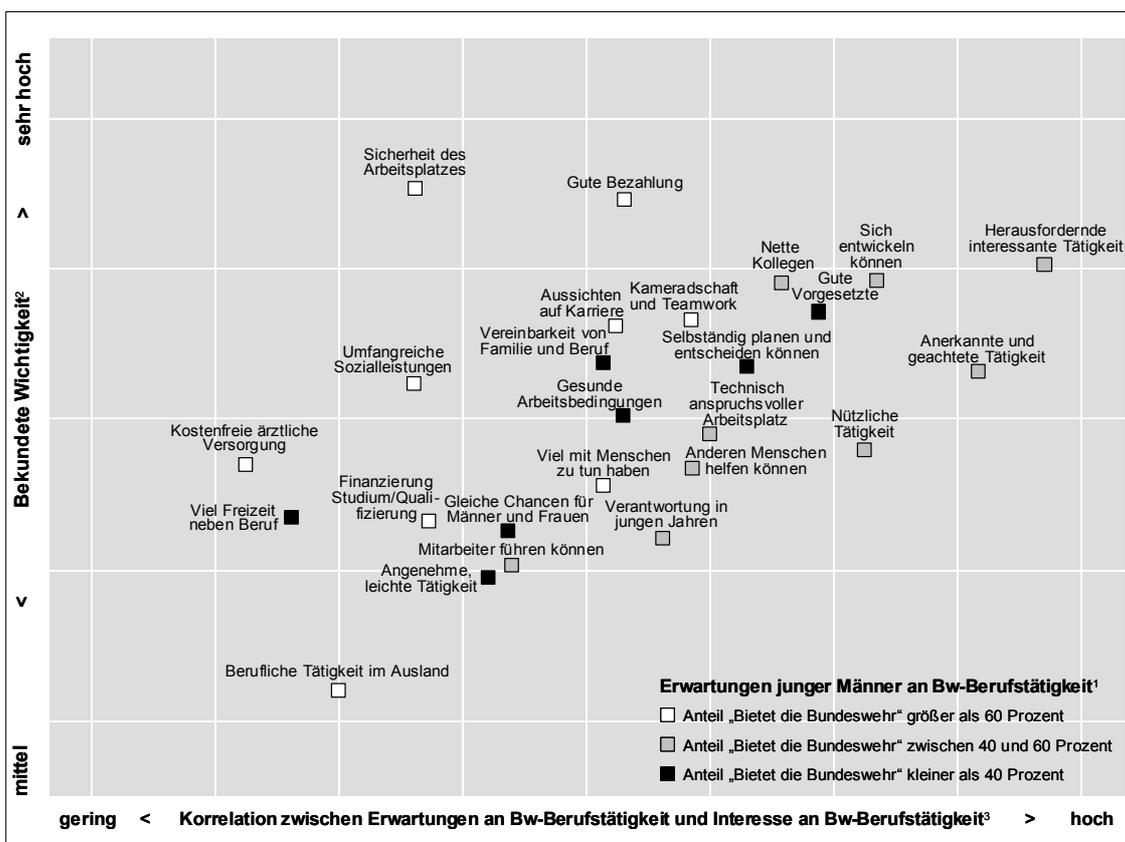
stehen die subjektiv-rationalen Erwägungen der Berufswähler, konkret ihre berufsbezogenen Präferenzen und die Erwartungen an eine berufliche Tätigkeit (vgl. Abschnitt 3.4).

Im Rahmen der vorliegenden Studie werden zahlreiche Merkmale einer beruflichen Tätigkeit betrachtet. Diese Aspekte sind als Ausdruck von existenziellen Bedürfnissen, sozialen Bedürfnissen oder von Wachstumsbedürfnissen zu verstehen. (1) *Existenzielle Bedürfnisse* werden unter anderem durch die Aspekte „gute Bezahlung“, „Sicherheit des Arbeitsplatzes“, „umfangreiche Sozialleistungen des Arbeitgebers“, „weitgehend kostenfreie ärztliche Versorgung durch den Arbeitgeber“ beschrieben. (2) *Soziale Bedürfnisse* werden vor allem durch die Merkmale „Kameradschaft und Teamwork“, „nette Kollegen“ und „gute Vorgesetzte“ dargestellt. (3) *Wachstumsbedürfnisse* werden durch die Punkte „sich entwickeln können“, „Verantwortung in jungen Jahren übernehmen können“, „eine herausfordernde, interessante Tätigkeit haben“ betrachtet. Die jungen Männer und Frauen wurden zum einen gefragt, wie wichtig ihnen die jeweiligen Merkmale einer beruflichen Tätigkeit sind und zum anderen sollten sie ihre Erwartungen äußern, inwieweit sich diese Aspekte im Rahmen einer beruflichen Tätigkeit bei der Bundeswehr realisieren lassen.

Bei dem Verfahren werden drei Dimensionen unterschieden: Erstens die Erwartungen der Jugendlichen an eine berufliche Tätigkeit bei der Bundeswehr, zweitens die Wichtigkeit, die sie verschiedenen Merkmalen einer beruflichen Tätigkeit beimessen (bekundete Wichtigkeit) und drittens der Zusammenhang zwischen den Erwartungen an eine Berufstätigkeit bei der Bundeswehr und dem Interesse an einer beruflichen Tätigkeit.

Für die Gruppe der befragten jungen Männer ergeben sich die folgenden Ergebnisse: Sechs von insgesamt 25 Merkmalen einer beruflichen Tätigkeit werden von den jungen Männern als sehr wichtig bezeichnet und beeinflussen zugleich deren Interesse an einer Berufstätigkeit bei der Bundeswehr sehr stark (vgl. Abbildung 14). Hierzu gehören die Punkte „herausfordernde und interessante Tätigkeit“, „sich entwickeln können“, „anerkannte und geachtete Tätigkeit“, „gute Vorgesetzte“, „nette Kollegen“ sowie „selbständig planen und entscheiden können“. Bei näherer Betrachtung wird deutlich, dass relativ wenige Befragte diese Aspekte von einer Berufstätigkeit in der Bundeswehr erwarten. Beispielsweise meinen nur 33 Prozent der jungen Männer, dass es bei der Bundeswehr gute Vorgesetzte gibt und lediglich 32 Prozent glauben, dass man die Möglichkeit hat, selbständig planen und entscheiden zu können (vgl. Abbildung 14, dunkle Markierung).

Abbildung 14: Berufswahlbezogene Motivstrukturen junger Männer

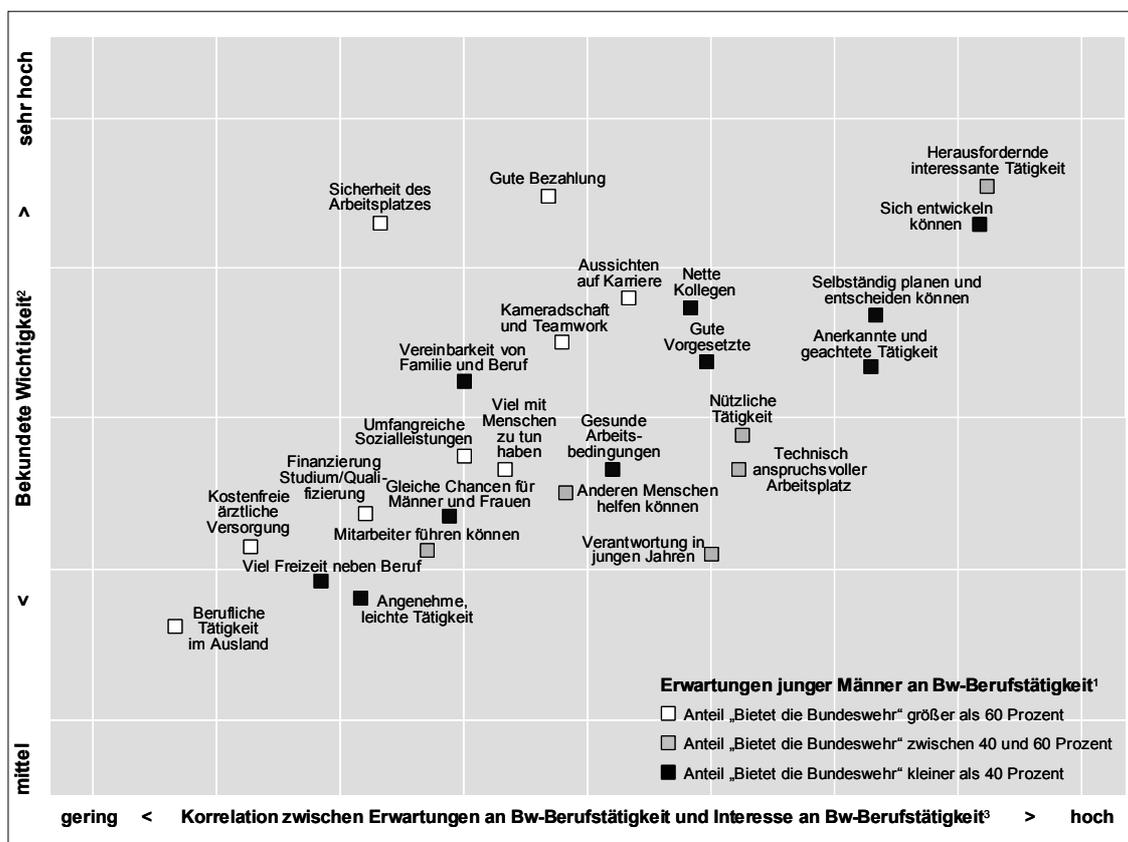


Anmerkungen: 1) Frage: „Was meinen Sie, was bietet die Bundeswehr jungen Männern, die Soldat bei den Streitkräften werden wollen?“, Liste mit 25 Merkmalen, vgl. Fragebogen im Anhang Q26, Anteile „Ja, sicher“ und „Eher ja“ zusammengefasst (Angaben in Prozent); 2) Frage: „Wie wichtig sind Ihnen persönlich die folgenden Aspekte einer beruflichen Tätigkeit?“, Liste mit 25 Merkmalen, vgl. Fragebogen im Anhang Q12, Skalenwerte: „Gar nicht wichtig“ = 0, „Weniger wichtig“ = 25, „Wichtig“ = 50, „Sehr wichtig“ = 75, „Außerordentlich wichtig“ = 100; ausgewiesen wird der Mittelwert für das jeweilige Merkmal; 3) Zusammenhang zwischen der Erwartung an eine Berufstätigkeit bei der Bundeswehr (Q26) und dem Interesse an einer Berufstätigkeit bei der Bundeswehr (Q31); ausgewiesen wird der Korrelationskoeffizient.

Datenbasis: Jugendbefragung des Sozialwissenschaftlichen Instituts der Bundeswehr 2005.

Die Merkmale, die einen besonders großen Einfluss auf das Interesse an einer Berufstätigkeit bei der Bundeswehr haben, gehören zu zwei Bedürfniskomplexen: Zu den Wachstumsbedürfnissen und zu den sozialen Bedürfnissen. Merkmale einer beruflichen Tätigkeit die Ausdruck von existenziellen Bedürfnissen sind, wie beispielsweise die Sicherheit des Arbeitsplatzes, gute Bezahlung bzw. umfangreiche Sozialleistungen werden von den jungen Männern zwar ebenfalls als sehr wichtig bezeichnet. Ihr Einfluss auf das Interesse an einer Berufstätigkeit bei der Bundeswehr ist allerdings wesentlich geringer. Hierzu zählen die Punkte „Aussichten auf Karriere“, „Vereinbarkeit von Familie und Beruf“ sowie „Kameradschaft und Teamwork“.

Abbildung 15: Berufswahlbezogene Motivstrukturen junger Männer mit (angestrebter) Hochschulreife bzw. Fachhochschulreife



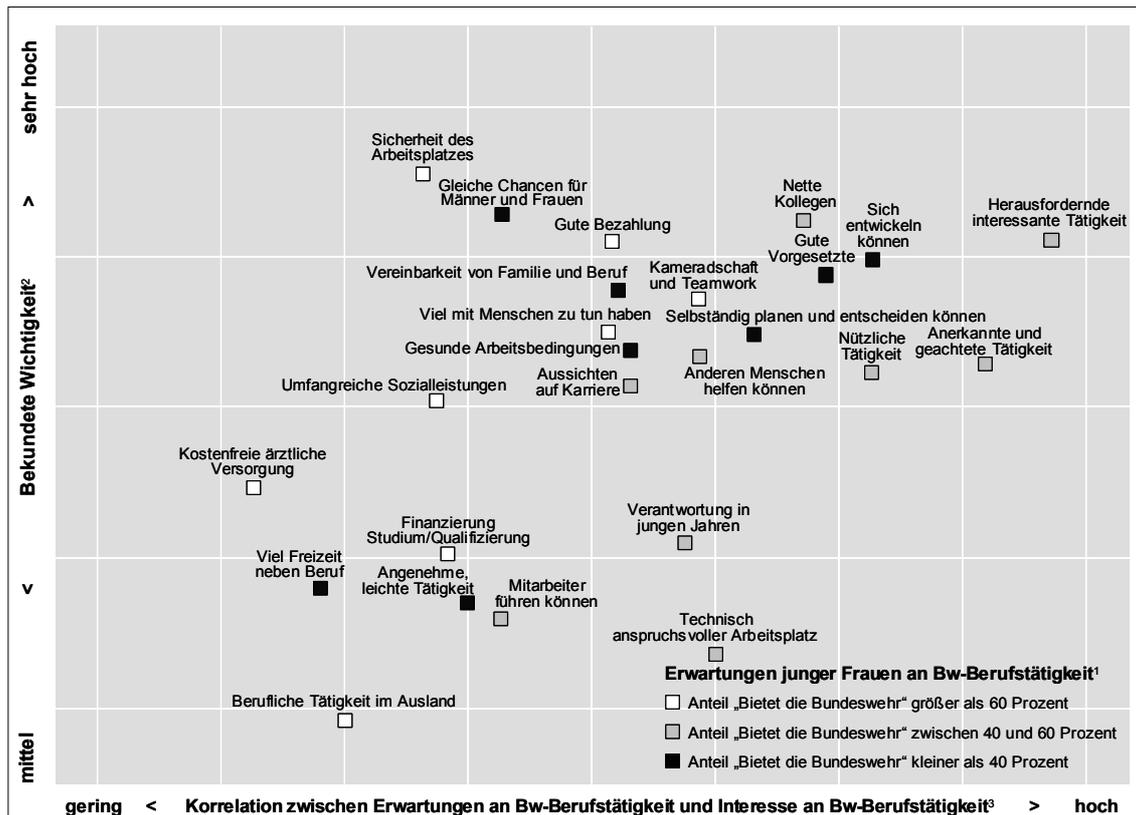
Anmerkungen: 1) Frage: „Was meinen Sie, was bietet die Bundeswehr jungen Männern, die Soldat bei den Streitkräften werden wollen?“, Liste mit 25 Merkmalen, vgl. Fragebogen im Anhang Q26, Anteile „Ja, sicher“ und „Eher ja“ zusammengefasst (Angaben in Prozent); 2) Frage: „Wie wichtig sind Ihnen persönlich die folgenden Aspekte einer beruflichen Tätigkeit?“, Liste mit 25 Merkmalen, vgl. Fragebogen im Anhang Q12, Skalenwerte: „Gar nicht wichtig“ = 0, „Weniger wichtig“ = 25, „Wichtig“ = 50, „Sehr wichtig“ = 75, „Außerordentlich wichtig“ = 100; ausgewiesen wird der Mittelwert für das jeweilige Merkmal; 3) Zusammenhang zwischen der Erwartung an eine Berufstätigkeit bei der Bundeswehr (Q26) und dem Interesse an einer Berufstätigkeit bei der Bundeswehr (Q31); ausgewiesen wird der Korrelationskoeffizient.

Datenbasis: Jugendbefragung des Sozialwissenschaftlichen Instituts der Bundeswehr 2005.

Einige Aspekte sind den Befragten weder besonders wichtig noch haben sie einen größeren Einfluss auf das Interesse an einer beruflichen Tätigkeit bei der Bundeswehr. Hierzu gehören die Punkte „kostenfreie ärztliche Versorgung“, „viel Freizeit neben dem Beruf“, „angenehme, leichte Tätigkeit“, „gleiche Chancen für Männer und Frauen“, „Finanzierung eines Studiums bzw. einer beruflichen Qualifizierung durch den Arbeitgeber“, „Mitarbeiter führen können“, „Verantwortung schon in jungen Jahren übernehmen können“ und „berufliche Tätigkeit im Ausland“. Diese Merkmale stellen für die Gruppe der jungen Männer keine starken Motivatoren dar.

Betrachtet man die Motivstrukturen der jungen Männer mit höherem Bildungsniveau dann wird deutlich, dass für sie die Wachstumsbedürfnisse noch relevanter sind (vgl. Abbildung 15). Die Möglichkeiten, sich im Rahmen der beruflichen Tätigkeit weiterentwickeln zu können bzw. selbständig planen und entscheiden zu können, haben einen beachtlichen Einfluss auf das Berufsinteresse.

Abbildung 16: Berufswahlbezogene Motivstrukturen junger Frauen



Anmerkungen: 1) Frage: „Was meinen Sie, was bietet die Bundeswehr jungen Frauen, die Soldatin bei den Streitkräften werden wollen?“, Liste mit 25 Merkmalen, vgl. Fragebogen im Anhang Q26, Anteile „Ja, sicher“ und „Eher ja“ zusammengefasst (Angaben in Prozent); 2) Frage: „Wie wichtig sind Ihnen persönlich die folgenden Aspekte einer beruflichen Tätigkeit?“, Liste mit 25 Merkmalen, vgl. Fragebogen im Anhang Q12, Skalenwerte: „Gar nicht wichtig“ = 0, „Weniger wichtig“ = 25, „Wichtig“ = 50, „Sehr wichtig“ = 75, „Außerordentlich wichtig“ = 100; ausgewiesen wird der Mittelwert für das jeweilige Merkmal; 3) Zusammenhang zwischen der Erwartung an eine Berufstätigkeit bei der Bundeswehr (Q26) und dem Interesse an einer Berufstätigkeit bei der Bundeswehr (Q31); ausgewiesen wird der Korrelationskoeffizient.

Datenbasis: Jugendbefragung des Sozialwissenschaftlichen Instituts der Bundeswehr 2005.

Dagegen spielen die Punkte „gute Bezahlung“, „Sicherheit des Arbeitsplatzes“, „umfangreiche Sozialleistungen“ und „kostenfreie ärztliche Versorgung“ eine wesentlich geringere Rolle. An dieser Stelle zeigt sich auch, dass die jungen Männer mit höherem Bildungsniveau die beruflichen Aussichten bei der Bundeswehr kritischer beurteilen. Nur 41 Prozent meinen, dass eine Tätigkeit bei der Bundeswehr herausfordernd und

interessant ist, 36 Prozent, dass man sich dabei entfalten und entwickeln kann, 26 Prozent, dass man selbständig planen und entscheiden kann, 37 Prozent, dass die Tätigkeit anerkannt und geachtet wird, 34 Prozent, dass man nette Kollegen hat und 23 Prozent, dass es bei der Bundeswehr gute Vorgesetzte gibt.

Die Motivstrukturen der jungen Frauen unterscheiden sich von denen der jungen Männern in mehrerer Hinsicht. Wesentlich wichtiger ist ihnen, dass die berufliche Tätigkeit Männern und Frauen gleiche Chancen bietet, dass es die Möglichkeit gibt, anderen Menschen helfen zu können, dass die Tätigkeit nützlich ist und dass sich Familie und Beruf vereinbaren lassen (vgl. Abbildung 16). Diese Aspekte sind Ausdruck von sozialen Bedürfnissen, die für die jungen Frauen eine größere Rolle spielen als für die jungen Männer. Weniger wichtig ist ihnen, dass ihr Arbeitsplatz technisch anspruchsvoll ist, dass sie schon in jungen Jahren Verantwortung übernehmen und Mitarbeiter führen können und dass sie im Ausland tätig sein können.

Die jungen Frauen mit höherem Bildungsniveau äußern sich ebenfalls eher skeptisch über die beruflichen Perspektiven bei der Bundeswehr. Die meisten haben Zweifel, dass sie die gleichen Chancen wie die Männer haben und dass sie sich in diesem Umfeld entwickeln können. Die Mehrheit glaubt nicht, dass die Tätigkeit interessant ist und dass sie allgemein anerkannt und geachtet wird. Auch das soziale Umfeld, die Kameraden bzw. die Kollegen sowie die Vorgesetzten, werden als eher problematisch angesehen.

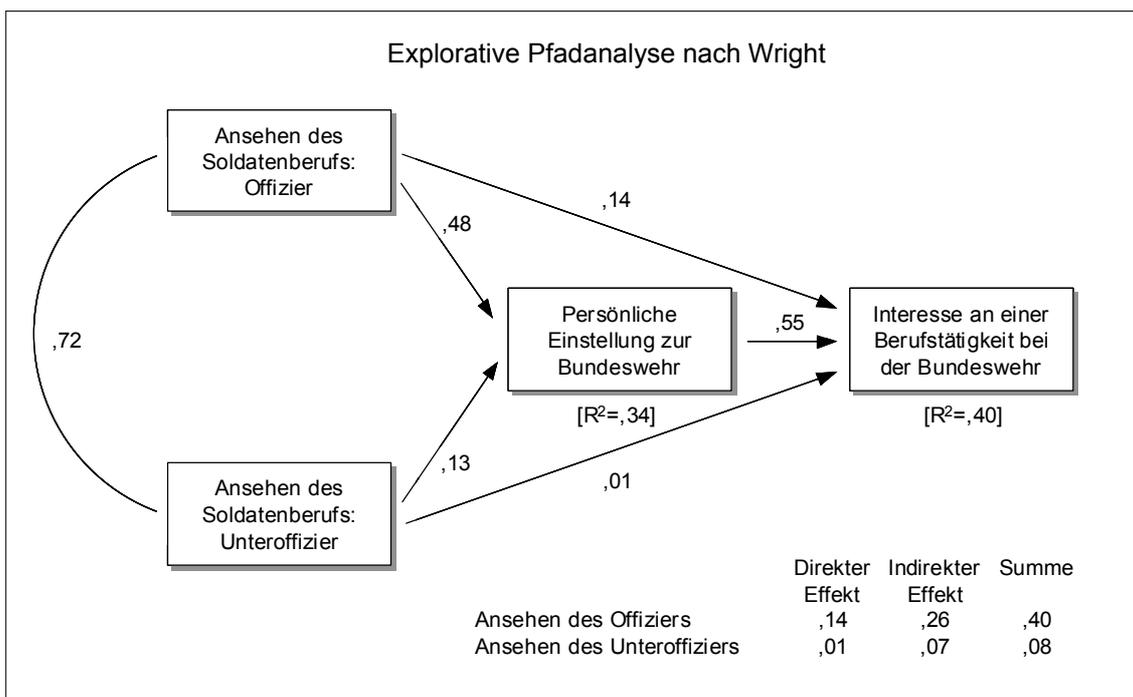
Alles in allem werden bei diesen Untersuchungen drei Punkte deutlich: (1) Merkmale einer beruflichen Tätigkeit, die Ausdruck von Wachstumsbedürfnissen sind, spielen bei der Berufswahl Jugendlicher eine herausragende Rolle. Die Überzeugung, dass die angestrebte Tätigkeit herausfordernd und interessant ist, dass sie anerkannt und geachtet wird, dass man sich dabei entwickeln kann und dass man die Möglichkeit hat, selbständig zu planen und zu entscheiden, hat einen größeren Einfluss auf das Berufsinteresse als die Erwartungen hinsichtlich der Bezahlung und der Sozialleistungen. (2) Die Motivstrukturen von Männern und Frauen unterscheiden sich in einigen Punkten sehr deutlich voneinander. Den jungen Frauen sind soziale Aspekte wichtiger: Chancengleichheit, Vereinbarkeit von Familie und Beruf usw. Für junge Männer spielt die Technik eine größere Rolle ebenso wie die Möglichkeiten Mitarbeiter führen und Verantwortung übernehmen zu können. (3) Junge Männer und Frauen mit höherem Bildungsniveau sind kritischer als ihre Altersgefährten. Die Gegebenheiten bei der Bundeswehr, konkret die Chancen im Rahmen einer beruflichen Tätigkeit, die ihnen wichtigen Bedürfnisse

nach persönlicher Entwicklung realisieren zu können, werden von ihnen wesentlich skeptischer beurteilt.

5.7 Ansehen des Soldatenberufs im Vergleich

Das Ansehen einer beruflichen Tätigkeit beeinflusst die Berufswahl Jugendlicher in entscheidender Weise. Dass der Beruf allgemein anerkannt und geachtet wird, ist jungen Männern und Frauen gleichermaßen wichtig. Dieser Zusammenhang wird auch bei entsprechenden Pfadanalysen deutlich. Es zeigt sich, dass das Ansehen des Soldatenberufs das Interesse an einer beruflichen Tätigkeit bei der Bundeswehr maßgeblich mit beeinflusst (vgl. Abbildungen 17 und 18).

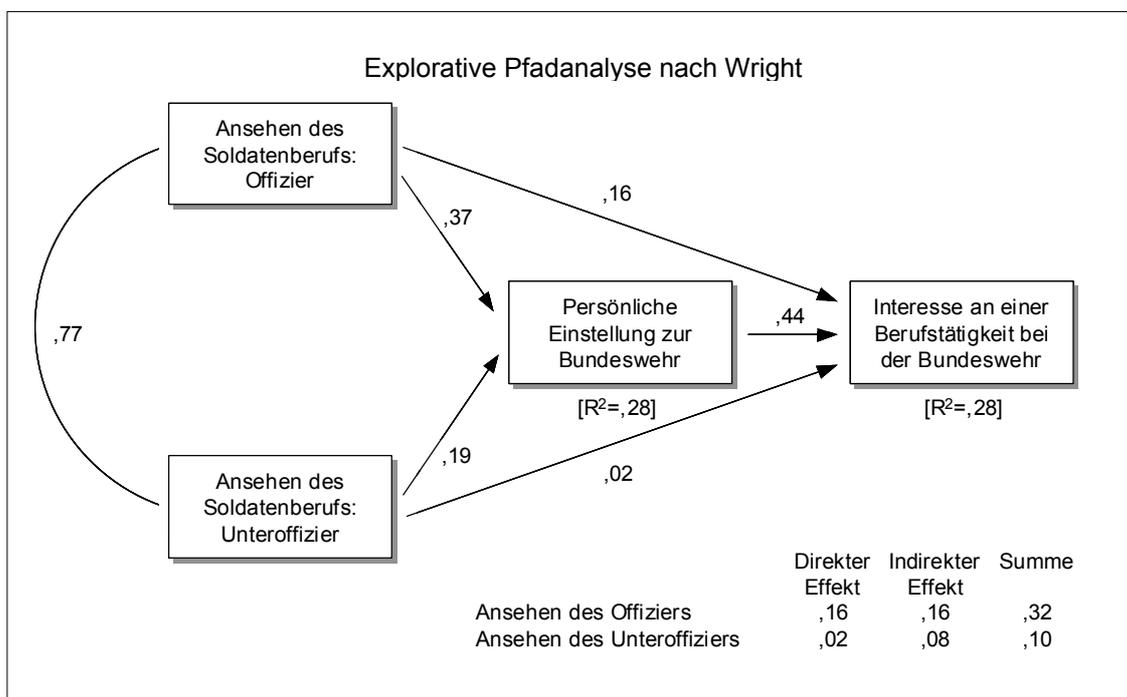
Abbildung 17: Ansehen des Soldatenberufs bei jungen Männern als Determinante des Interesses an einer Berufstätigkeit bei der Bundeswehr



Datenbasis: Jugendbefragung des Sozialwissenschaftlichen Instituts der Bundeswehr 2005.

Im folgenden Abschnitt soll deshalb untersucht werden, wie groß das Ansehen ausgewählter Berufe bei den Jugendlichen ist. Die Analyse soll darüber Aufschluss geben, wie groß das Ansehen des Soldatenberufs im Vergleich mit anderen Berufen ist, welche Berufe besonders hohes Ansehen bei den Jugendlichen genießen und was diesen Berufen gemeinsam ist.

Abbildung 18: Ansehen des Soldatenberufs bei jungen Frauen als Determinante des Interesses an einer Berufstätigkeit bei der Bundeswehr



Datenbasis: Jugendbefragung des Sozialwissenschaftlichen Instituts der Bundeswehr 2005.

Am meisten geschätzt werden von den befragten jungen Männern Berufe, die, wie der Arzt, der Richter, der Rechtsanwalt, der Ingenieur bzw. der Architekt, eine akademische Bildung voraussetzen und die eine interessante, herausfordernde und weitgehend autonome Berufsausübung mit einem hohen Einkommen versprechen (vgl. Tabelle 14). Die Mehrheit der befragten jungen Männer gibt an, dass das Ansehen dieser Berufe bei ihnen sehr hoch ist. In der Rangfolge des Berufsprestiges folgen der Unternehmer, der Informatiker, der Schauspieler und der Apotheker. Auf den folgenden Plätzen finden sich typische Berufe des modernen Medienzeitalters: der TV-Moderator, der Journalist, der Mediengestalter und der Produktdesigner (vgl. Tabelle 14). Nach dem Lehrer und dem Polizeibeamten folgt auf dem 16. Rang der Beruf des Soldaten (Offizierlaufbahn). Danach kommen die Berufe Modedesigner, Krankenpfleger, Kita-Erzieher, Sozialarbeiter und Kfz-Schlosser. Der Beruf des Unteroffiziers bei der Bundeswehr befindet sich auf dem 22. Rang und weist damit ein geringeres Ansehen auf als der Beruf des Offiziers. Auf den Rängen 23 und 24 folgen der Politiker und der Tischler.

Weiterführende Untersuchungen zeigen, dass das Berufsprestige in den Altersgruppen und Bildungsniveaus unterschiedlich bewertet wird. Am größten ist das Ansehen des

Offizierberufs bei den 14- bis 15-Jährigen und bei den Befragten mit (angestrebtem) Hauptschulabschluss.

Tabelle 14: Ansehen ausgewählter Berufe bei jungen Männern

Frage: „Ich nenne Ihnen jetzt einmal einige Berufe. Sagen Sie mir bitte anhand der Skala zu jedem Beruf, wie hoch sein Ansehen bei Ihnen persönlich ist.“ (Angaben in Prozent)					
Basis: Junge Männer, 14 bis 23 Jahre					
	(Sehr) hoch	Eher hoch	Teils/teils	Eher gering	(Sehr) gering
1. Arzt	72	16	6	3	3
2. Richter	66	16	9	4	5
3. Rechtsanwalt	60	20	11	5	4
4. Ingenieur	54	30	10	4	2
5. Architekt	52	29	12	4	3
6. Unternehmer	42	28	22	5	3
7. Informatiker	37	35	20	5	3
8. Schauspieler	31	28	24	11	6
9. Apotheker	31	28	21	12	8
10. TV-Moderator	32	25	22	13	8
11. Journalist	26	32	26	10	6
12. Mediengestalter	21	33	29	11	6
13. Produktdesigner	19	33	31	11	6
14. Lehrer	28	25	24	11	12
15. Polizeibeamter	26	27	23	13	10
16. Soldat (Offizier)	27	25	23	12	13
17. Modedesigner	21	27	28	13	11
18. Krankenpfleger	18	23	29	18	12
19. Kita-Erzieher	15	24	30	19	13
20. Sozialarbeiter	16	23	30	18	14
21. KFZ-Schlosser	15	18	31	22	14
22. Soldat (Unteroffizier)	16	19	29	17	19
23. Politiker	24	18	17	13	28
24. Tischler	10	20	30	23	27

Datenbasis: Jugendbefragung des Sozialwissenschaftlichen Instituts der Bundeswehr 2005.

Das Ansehen der Berufe wird von den jungen Frauen ganz ähnlich bewertet wie von den jungen Männern und so ergibt sich eine ganz ähnliche Reihenfolge. An erster Stelle steht die Ärztin, an zweiter die Richterin und an dritter die Rechtsanwältin. Danach folgen die Architektin, die Ingenieurin und die Unternehmerin.

Die Soldatin bei der Bundeswehr (Offizierlaufbahn) befindet sich in der Rangfolge der Berufe auf dem 21. Platz. Die Soldatin bei der Bundeswehr (Unteroffizierlaufbahn) folgt auf dem 22. Platz.

Tabelle 15: Ansehen ausgewählter Berufe bei jungen Frauen

Frage: „Ich nenne Ihnen jetzt einmal einige Berufe. Sagen Sie mir bitte anhand der Skala zu jedem Beruf, wie hoch sein Ansehen bei Ihnen persönlich ist.“ (Angaben in Prozent)					
Basis: Junge Frauen, 14 bis 23 Jahre					
	(Sehr) hoch	Eher hoch	Teils/teils	Eher gering	(Sehr) gering
1. Ärztin (1) ¹	77	13	5	2	4
2. Richterin (2)	69	16	8	3	4
3. Rechtsanwältin (3)	65	20	8	3	4
4. Architektin (5)	51	27	13	4	5
5. Ingenieurin (4)	45	30	14	6	5
6. Unternehmerin (6)	41	30	19	5	5
7. Modedesignerin (17)	38	28	22	8	4
8. Journalistin (11)	37	31	20	7	5
9. Apothekerin (9)	38	27	19	8	7
10. Mediengestalterin (12)	26	36	26	8	4
11. Schauspielerin (8)	35	26	24	8	8
12. Produktdesignerin (13)	26	34	27	7	5
13. Informatikerin (7)	30	32	22	9	7
14. Lehrerin (14)	34	25	24	8	9
15. TV-Moderatorin (10)	32	27	23	10	8
16. Polizeibeamtin (15)	28	28	25	11	8
17. Krankenschwester (18)	29	27	24	13	7
18. Sozialarbeiterin (20)	24	27	28	11	10
19. Kita-Erzieherin (19)	20	25	30	15	10
20. Politikerin (23)	27	17	21	11	23
21. Soldatin (Offizier) (16)	17	20	25	15	23
22. Soldatin (Unteroffizier) (22)	11	18	27	18	26
23. Tischlerin (24)	8	15	30	23	24
24. KFZ-Schlosser (21)	7	17	29	20	27

Anmerkung: 1) Rangfolge bei den Männern.

Datenbasis: Jugendbefragung des Sozialwissenschaftlichen Instituts der Bundeswehr 2005.

Die vorliegenden Untersuchungen zeigen, dass das Ansehen des Soldatenberufs nicht sehr hoch ist. Das trifft sowohl auf die Laufbahn des Offiziers als auch auf die des Unteroffiziers zu.

5.8 Vorstellungen Jugendlicher vom Soldatenberuf

Im folgenden Abschnitt soll untersucht werden, warum der Soldatenberuf bei den Jugendlichen nicht so angesehen ist wie andere Berufe. Im Mittelpunkt steht die Frage, welche Aspekte als defizitär wahrgenommen werden und das Image negativ beeinflussen. Ausgangspunkt der Untersuchung sind die berufsbezogenen Idealvorstellungen der jungen Männer und Frauen. Diese wurden gefragt, welchen Traumberuf sie haben. Die Antworten auf diese Frage fielen bemerkenswert präzise und differenziert aus. Das Spektrum der Traumberufe reicht bei den jungen Männern sehr weit. Genannt wurden u. a. folgende Berufe: Altenpfleger, Anwalt, Autolackierer, Berufsmusiker, Chefkoch, Chirurg, Fernfahrer, Forstwirt, Geologe, Holztischler, Industriedesigner, Installateur, Jurist, Kfz-Schlosser, Kunstmaler, Maschinenbauer, Offizier der Luftwaffe, Pfarrer, Plattenproduzent, Polizeibeamter, Radiomoderator, Rennfahrer, Schauspieler, SEK-Beamter, Sozialpädagoge, Sportlehrer, Stuntman, Theaterschriftsteller, Tierarzt, Unternehmensberater, Webdesigner, Zahnarzt, Zweiradmechaniker.

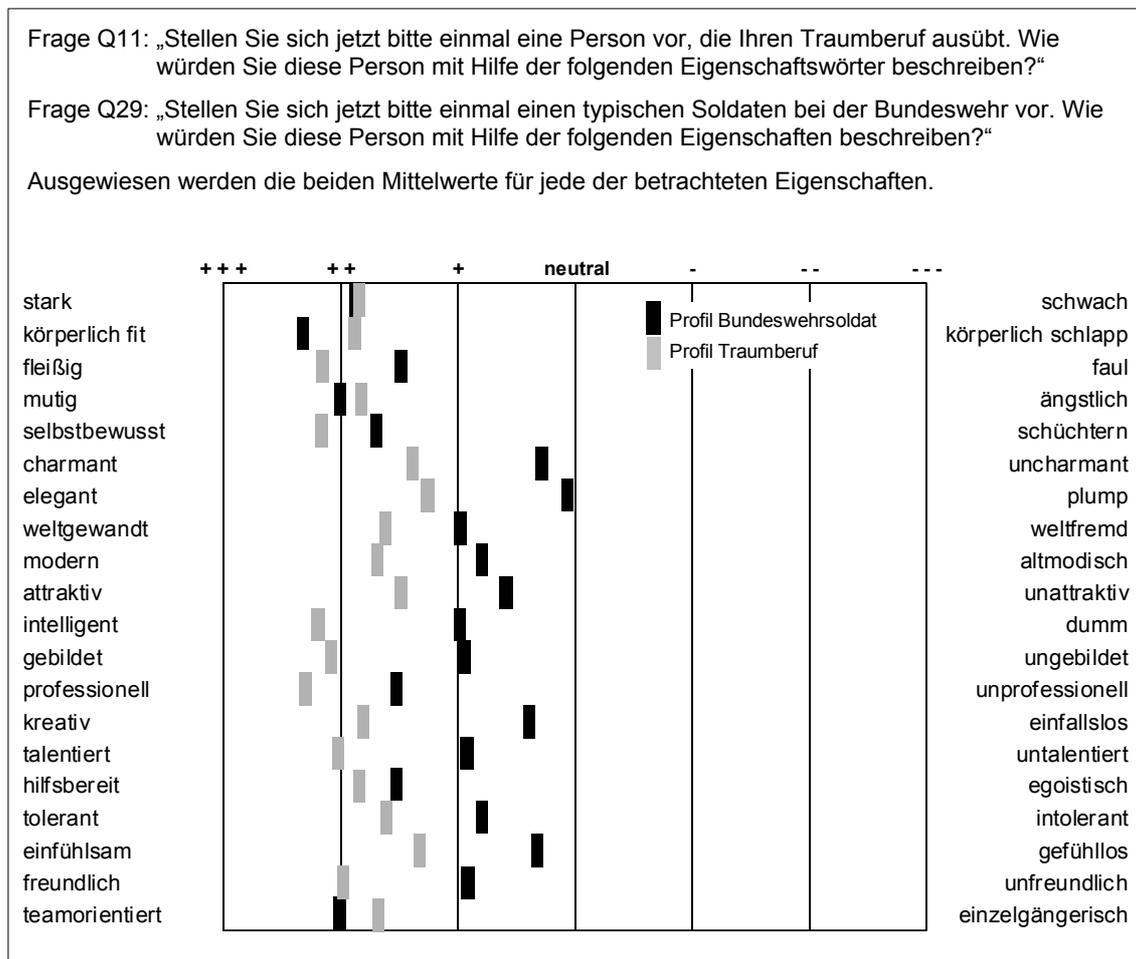
Die an der Studie teilnehmenden Jugendlichen wurden gebeten, sich eine Person vorzustellen, die den genannten Traumberuf ausübt, und diese Person anhand von vorgegebenen Eigenschaftswörtern zu beschreiben. Betrachtet man die Befunde, dann wird deutlich, welche Eigenschaften junge Männer besonders schätzen. Jemand der den Traumberuf ausübt, sollte ihrer Meinung nach in erster Linie professionell, intelligent, gebildet, selbstlos, fleißig und talentiert sein. Er sollte zudem auch freundlich, hilfsbereit und kreativ sowie körperlich fit und stark sein. Weniger gefragt sind hingegen Eigenschaften wie Sensibilität, Charme und Eleganz.

Die Jugendlichen wurden im Anschluss daran gebeten, sich einen typischen Soldaten bei der Bundeswehr vorzustellen und auch diese Person mit Hilfe der Eigenschaftswörter zu beschreiben. Die jungen Männer beschreiben einen Bundeswehrsoldaten als körperlich fit, teamorientiert, mutig, stark, selbstbewusst. Ebenfalls sehr häufig genannt werden Fleiß, Professionalität und Hilfsbereitschaft.

Vergleicht man die Beschreibung einer Person, die den Traumberuf ausübt, mit den Vorstellungen, die junge Männer von einem typischen Bundeswehrsoldaten haben, dann werden eine Reihe von Differenzen deutlich (vgl. Abbildung 19). Am größten und zugleich am relevantesten sind die Imagedefizite (dunkel markiert) im Bereich Intelligenz, Bildung, Professionalität, Kreativität und Talent. Die imaginäre Idealfigur ist in der Vorstellung der jungen Männer intelligenter, gebildeter, professioneller, kreativer

und talentierter als ein typischer Bundeswehrsoldat. Jemand der den Traumberuf verkörpert ist zudem freundlicher, toleranter und einfühlsamer, weltgewandter und moderner, attraktiver, fleißiger und auch selbstbewusster.

Abbildung 19: Imageprofile Idealtyp und Bundeswehrsoldat im Vergleich: Junge Männer

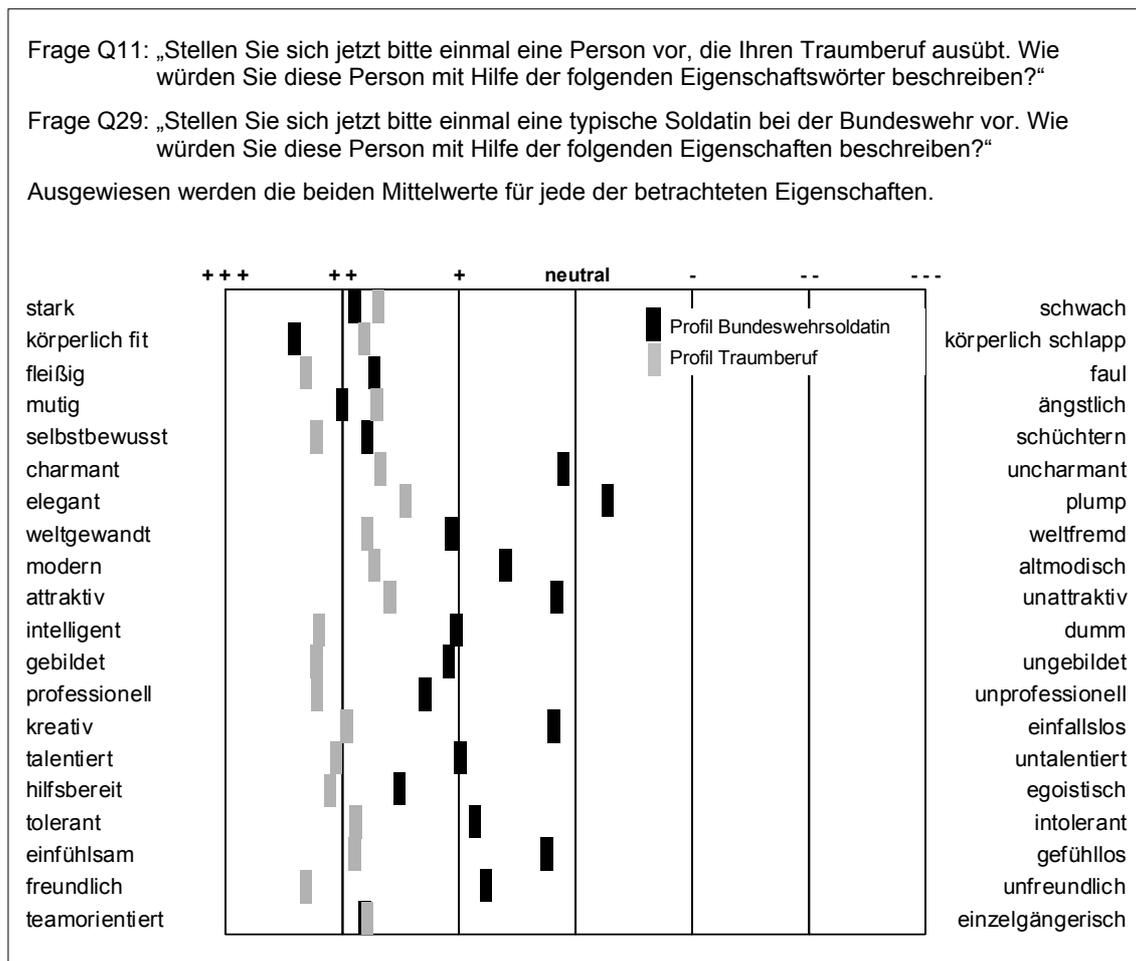


Datenbasis: Jugendbefragung des Sozialwissenschaftlichen Instituts der Bundeswehr 2005.

Von den befragten jungen Frauen wurden u. a. die folgenden Berufe als Traumberufe genannt: Abteilungsleiterin, Ärztin, Anwältin, Apothekerin, Auslandskorrespondentin, Bürokauffrau, Bürgermeisterin, Computerspieledesignerin, Drogistin, Entwicklungshelferin, Erzieherin, Fahrzeuglackiererin, Försterin, Friseurin, Goldschmiedin, Grafikerin, Hebamme, Hotelkauffrau, Jetpilotin, Journalistin, Kindergärtnerin, Kinderkrankenschwester, Köchin, Kriminalbeamtin, Lehrerin, Managerin, Ministerin, Organisatorin, Politikerin, Psychologin, Richterin, Sozialarbeiterin, Staatsanwältin, Tänzerin, Verkäuferin, Zahnärztin. Auch bei den Frauen überrascht die Vielzahl der genannten Berufe. Bemerkenswert ist auch, dass nicht nur die jungen Männer sondern auch die jungen Frauen Berufe bei der Bundeswehr als Traumberuf angegeben haben.

Eine Person, die den Traumberuf ausübt, wird von den jungen Frauen in erster Linie als freundlich, fleißig, selbstbewusst, intelligent, gebildet und professionell beschrieben. Diese Person sollte zudem talentiert und kreativ sowie hilfsbereit, tolerant und einfühlsam sein. Die Idealvorstellungen der jungen Frauen weichen von denen der jungen Männer nur in wenigen Punkten ab. Die Frauen stellen in der Regel höhere Ansprüche an die soziale Kompetenz. Ihr berufstätiges Ideal ist einfühlsamer, freundlicher, toleranter und hilfsbereiter.

Abbildung 20: Imageprofile Idealtyp und Bundeswehrsoldat im Vergleich: Junge Frauen

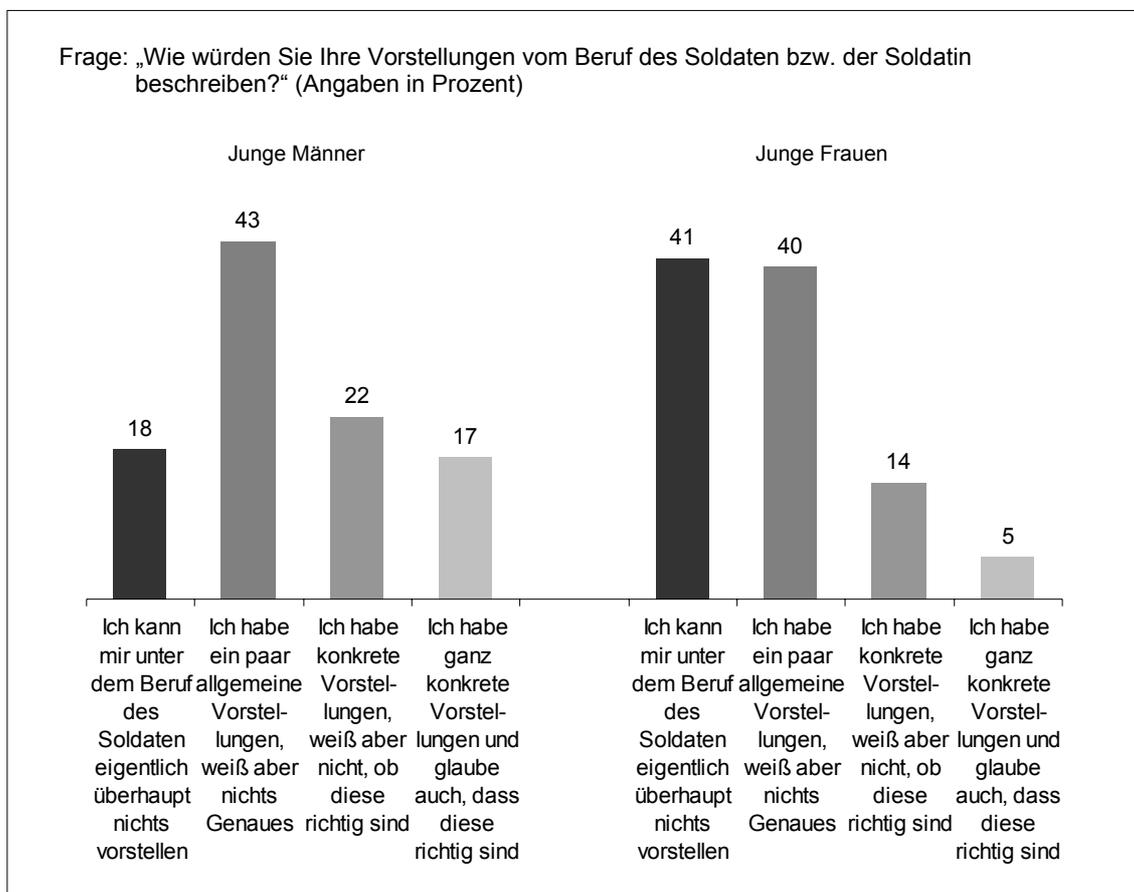


Datenbasis: Jugendbefragung des Sozialwissenschaftlichen Instituts der Bundeswehr 2005.

Eine typische Soldatin bei der Bundeswehr stellen sich die befragten jungen Frauen als körperlich fit, mutig, stark, selbstbewusst, teamorientiert und fleißig vor. Im Vergleich hierzu wird eine Person, die den Traumberuf ausübt, als wesentlich charmanter, eleganter, moderner, attraktiver, kreativer, einfühlsamer und freundlicher beschrieben. Der imaginäre Idealtyp ist nach der Vorstellung der jungen Frauen auch intelligenter, gebildeter und professioneller (vgl. Abbildung 20).

Worauf sind die Vorstellungen der Jugendlichen von den Soldaten und Soldatinnen der Bundeswehr zurückzuführen? Beruhen sie auf persönliche Erfahrungen oder handelt es sich um Vorurteile? Von den befragten jungen Männern können sich nach eigener Aussage 18 Prozent nichts unter dem Beruf des Soldaten bei der Bundeswehr vorstellen. 43 Prozent haben ein paar allgemeine Vorstellungen, wissen aber nichts Konkretes, 22 Prozent haben konkrete Vorstellungen, wissen aber nicht, ob diese richtig sind. Nur 17 Prozent haben ganz konkrete Vorstellungen und glauben auch, dass diese richtig sind (vgl. Abbildung 21).

Abbildung 21: Vorstellungen Jugendlicher vom Soldatenberuf



Datenbasis: Jugendbefragung des Sozialwissenschaftlichen Instituts der Bundeswehr 2005.

Die jungen Frauen haben noch vagere Vorstellungen als die jungen Männer. 41 Prozent sagen, dass sie sich unter dem Beruf der Soldatin bei der Bundeswehr nichts vorstellen können, 40 Prozent haben ungefähre Vorstellungen, wissen aber nichts Konkretes, 14 Prozent haben zwar konkrete Vorstellungen, wissen jedoch nicht, ob diese richtig sind und nur fünf Prozent haben ganz konkrete Vorstellungen und glauben auch, dass diese der Realität entsprechen.

In Anbetracht dieser Ergebnisse kann man davon ausgehen, dass die beschriebenen Imagedefizite des Soldatenberufs bei der Mehrzahl der befragten Jugendlichen nicht auf persönlichen Erfahrungen beruhen, sondern auf Stereotypen. Stereotype sind erwartete Zusammenhänge zwischen der Gruppenzugehörigkeit einer Person und ihren Eigenschaften. Es handelt sich zumeist um bloße Vermutungen über soziale Gruppen, die dennoch die Wahrnehmung und das Verhalten beeinflussen können.

Diese Wirkungen werden auch in diesem Kontext deutlich. Wie die Analysen zeigen, besteht zwischen dem Ansehen des Bundeswehrsoldaten und dem Interesse der Jugendlichen an einer Berufstätigkeit bei der Bundeswehr ein enger Zusammenhang. Je kleiner die Imagedefizite sind, das heißt, je geringer die Diskrepanz zwischen dem Image des Bundeswehrsoldaten und den Idealvorstellungen der Jugendlichen ist, desto größer ist das Interesse an einer beruflichen Perspektive bei der Bundeswehr.

Vor dem Hintergrund dieser Ergebnisse ist zu empfehlen, dass interessierten Jugendlichen im Rahmen der Nachwuchswerbung und -gewinnung vielfältige Gelegenheiten zu persönlichen Begegnungen mit den Soldatinnen und Soldaten der Bundeswehr geboten werden. Die vorhandenen Angebote, wie beispielsweise die Sport- und Musik-Events der Bundeswehr (BW-Beachen, BW-Olympix), Girlsday, Tage der offenen Tür („Open Ship“ der Marine) etc., sollten weiter ausgebaut und weitere geeignete Möglichkeiten entwickelt werden.

6 Zusammenfassung der Ergebnisse und Schlussfolgerungen

Im folgenden Abschnitt des Forschungsberichts werden die wichtigsten Ergebnisse und Schlussfolgerungen der Jugendstudie des Sozialwissenschaftlichen Instituts der Bundeswehr in Kurzform präsentiert.

1. Viele Jugendliche können sich grundsätzlich vorstellen, zumindest für eine gewisse Zeit eine berufliche Tätigkeit als Soldat oder als ziviler Mitarbeiter bei der Bundeswehr aufzunehmen. Allerdings hat nur ein relativ kleiner Teil diese Möglichkeit schon einmal ernsthaft erwogen.

Von den befragten jungen Männern im Alter von 14 bis 23 Jahren können sich 33 Prozent vorstellen, eine berufliche Tätigkeit bei der Bundeswehr als Soldat oder als ziviler Mitarbeiter aufzunehmen. Ernsthaft erwogen wurde eine solche berufliche Perspektive von 14 Prozent der jungen Männer. 27 Prozent haben schon einmal mit dem Gedanken gespielt und 59 Prozent haben noch nie daran gedacht. Zum Kernpotenzial sind 10 Prozent der 14- bis 23-Jährigen zu zählen. Das sind diejenigen, die sich eine berufliche Tätigkeit bei der Bundeswehr vorstellen können und die eine solche Perspektive schon einmal ernsthaft erwogen haben.

Von den befragten jungen Frauen im Alter von 14 bis 23 Jahren können sich 14 Prozent vorstellen, als Soldatin oder als zivile Mitarbeiterin bei der Bundeswehr berufstätig zu werden. Ernsthaft erwogen wurde ein solcher Schritt bisher von vier Prozent, 13 Prozent haben zumindest schon einmal mit dem Gedanken gespielt und 83 Prozent haben noch nie daran gedacht. Von den jungen Frauen sind drei Prozent zum Kernpotenzial zu zählen.

Die Werbemaßnahmen der Bundeswehr sollten intensiviert werden, um die Jugendlichen noch besser mit den beruflichen Möglichkeiten bei der Bundeswehr vertraut zu machen. Ein großer Teil der befragten Jugendlichen kann sich bei entsprechender Nachfrage vorstellen, bei der Bundeswehr berufstätig zu werden. Viele von ihnen haben sich im Rahmen der eigenen Berufswahl jedoch noch nicht ernsthaft mit dieser Perspektive beschäftigt, weil sie vom Arbeitgeber Bundeswehr noch nichts gehört haben oder weil sie über die beruflichen Möglichkeiten, die ihnen die Bundeswehr bietet, nicht informiert sind. Vor diesem Hintergrund wird empfohlen, den jugendlichen Berufswählern

verstärkt die Vielfalt der beruflichen Möglichkeiten bei der Bundeswehr zu präsentieren, um mehr Jugendliche dazu zu bewegen, sich gedanklich mit der Option auseinanderzusetzen, als Soldat bzw. Soldatin oder als ziviler Mitarbeiter bzw. zivile Mitarbeiterin bei der Bundeswehr berufstätig zu werden. Das Ziel sollte sein, den Anteil der jungen Leute zu erhöhen, die eine solche Möglichkeit schon einmal ernsthaft erwogen haben und zugleich die Zahl derer zu verringern, die noch nie daran gedacht haben. Das Kernpotenzial der interessierten Jugendlichen, ließe sich mit einer Intensivierung der direkten Kommunikation wesentlich ausweiten.

2. Viele Jugendliche, die sich für die Bundeswehr interessieren, äußern konkrete Wünsche in Bezug auf die Laufbahn bzw. die Verpflichtungszeit. Dabei handelt es sich jedoch zumeist um vage Vorstellungen, die noch modifizierbar sind.

Von den befragten jungen Männern, die sich eine berufliche Tätigkeit bei der Bundeswehr vorstellen können, interessieren sich 43 Prozent für den Soldatenberuf, 26 Prozent für zivile Berufe und 31 Prozent haben sich noch nicht festgelegt. Die Frage, wie viele Jahre sie bei der Bundeswehr berufstätig sein wollen, können 56 Prozent der interessierten jungen Männer noch nicht beantworten. Nur 33 Prozent machen konkrete Jahresangaben, davon wählen die meisten einen Zeithorizont von bis zu zehn Jahren. Lediglich 11 Prozent können sich zum gegenwärtigen Zeitpunkt vorstellen, ihr gesamtes Berufsleben bei der Bundeswehr zu verbringen.

Von den jungen Männern, die sich für den Soldatenberuf interessieren, neigen 28 Prozent einer militärischen Laufbahn beim Heer zu, 29 Prozent würden gerne zur Luftwaffe gehen, 13 Prozent zur Marine, neun Prozent zur Streitkräftebasis und fünf Prozent zum Sanitätsdienst. 33 Prozent bevorzugen die Offizierlaufbahn mit Studium, 30 Prozent die Unteroffizierlaufbahn und 21 Prozent die Laufbahn der Mannschaften.

Von den an der Bundeswehr interessierten jungen Frauen können sich 20 Prozent vorstellen, Soldatin zu werden, 59 Prozent bevorzugen dagegen eine Tätigkeit als zivile Mitarbeiterin und 21 Prozent haben noch keine konkreten Vorstellungen. Nur zehn Prozent möchten ein ganzes Berufsleben bei der Bundeswehr tätig sein. 25 Prozent bevorzugen einen Zeitraum von bis zu zehn Jahren. Die Mehrheit, 65 Prozent, hat hierzu noch keine konkreten Ansichten.

Bei weiterführenden Analysen zeigt sich, dass die Vorstellungen, die viele Jugendliche in Bezug auf Verwendungen, Laufbahnen und Verpflichtungszeiten haben, eher vage

und noch modifizierbar sind. Für die meisten würden zum gegenwärtigen Zeitpunkt auch mehrere Alternativen in Frage kommen.

Die Mehrheit der Jugendlichen, die sich für eine Berufstätigkeit bei der Bundeswehr interessieren, hat nur sehr vage Vorstellungen über die Möglichkeiten der beruflichen Entwicklung bei der Bundeswehr. Präferenzen für bestimmte Laufbahnperspektiven oder Verpflichtungszeiten werden erst im Verlauf des Berufswahlprozesses ausgebildet. Die Bundeswehr kann die Interessen und Erwartungen der Jüngeren, die am Anfang der Berufswahl stehen, durch zielgerichtete Kommunikation weitgehend aktiv beeinflussen.

Dabei sind zwei Punkte zu beachten: Erstens scheuen sich viele Jugendliche davor, sich festzulegen. Deshalb wird empfohlen, die Angebote möglichst flexibel zu gestalten. Das trifft insbesondere auf die Verpflichtungszeiten zu, die für die Lebensplanung der jungen Männer und Frauen von entscheidender Bedeutung sind.

Zweitens sollte gewährleistet sein, dass die geweckten Hoffnungen von der Bundeswehr auch realisiert werden können. Werden die Erwartungen hinsichtlich der Laufbahn, des Studienplatzes oder der Teilstreitkraft enttäuscht, dann führt das nicht nur zur Enttäuschung bei den Betroffenen, sondern beschädigt auch die Glaubwürdigkeit der Bundeswehr als Arbeitgeber bei den Jugendlichen.

3. Eltern, Geschwister, Freunde bzw. Partner haben einen erheblichen Einfluss auf die Berufswahl.

Ein großer Teil der interessierten Jugendlichen erwartet, dass die Eltern, die Geschwister, die Freunde sowie der Partner bzw. die Partnerin zustimmend reagieren würden, sollten sie sich für eine Berufstätigkeit bei der Bundeswehr entscheiden. Die größte Unterstützung wird dabei vom Vater und von den Freunden erwartet. Negative Reaktionen werden von der Mutter und von der Partnerin bzw. dem Partner befürchtet. 26 Prozent der interessierten jungen Männer meinen, dass ihre Mutter die Entscheidung, bei der Bundeswehr berufstätig zu sein, ablehnen würde. 25 Prozent glauben das von ihrer Partnerin. Bei den jungen Frauen fallen die entsprechenden Anteile etwa ebenso groß aus: 28 Prozent erwarten eine ablehnende Reaktion der Mutter und 22 Prozent eine negative Haltung des Partners. Die meisten jungen Männer und Frauen, rund 90 Prozent, sagen, dass ihnen die Meinung ihrer Familie und ihrer Freunde wichtig ist. Mehr als 40 Prozent der interessierten jungen Männer betrachten die Meinung der Eltern in diesem Fall sogar als „außerordentlich wichtig“ bzw. als „sehr wichtig“.

In Anbetracht der Tatsache, dass Eltern, Geschwister, Freunde bzw. Partner einen erheblichen Einfluss auf die Berufswahl von Jugendlichen haben, sollten diese als wichtige Zielgruppen der Nachwuchswerbung betrachtet werden. Grundsätzlich erfüllt das soziale Umfeld der Jugendlichen im Rahmen der Berufswahl mehrere Funktionen. Zum einen weisen Eltern, Geschwister, Freunde bzw. Partner auf berufliche Möglichkeiten hin (Informationsfunktion). Zum anderen begleiten sie den Prozess der Berufswahl, helfen bei der Auswahl von Alternativen und unterstützen die Berufswähler bei der Entscheidungsfindung.

Für die unterschiedlichen Informationsbedürfnisse in den jeweiligen Phasen der Berufswahl sollten differenzierte Informationsangebote zur Verfügung gestellt werden. Dabei sollten die jeweiligen Interessen und kommunikationstechnischen Voraussetzungen berücksichtigt werden. Für die Eltern sollten Broschüren mit hohem Informationsgehalt erstellt und spezielle Informationsveranstaltungen angeboten werden. Für die jugendlichen Freunde und Partner wären dagegen eher jugendgerecht gestaltete Internetseiten und Veranstaltungen mit einem höheren Unterhaltungswert zu empfehlen. Die von den Jugendlichen erwartete überwiegend zustimmende Haltung ihres sozialen Umfeldes sollte mit positiven Erfahrungen gefördert und stabilisiert werden.

In diesem Zusammenhang bietet es sich an, Werbemaßnahmen zu entwickeln bzw. intensiver einzusetzen, bei denen junge Männer und Frauen, die sich bereits ernsthaft für die Bundeswehr interessieren, als Multiplikatoren einbezogen werden.

4. Die Auslandseinsätze der Bundeswehr und die damit verbundene Stationierung der Soldaten und Soldatinnen in Krisenregionen werden von den Jugendlichen wahrgenommen und beeinflussen ihr Interesse an einer Berufstätigkeit bei der Bundeswehr.

34 Prozent der jungen Männer meinen, dass ihr Interesse an einer Berufstätigkeit bei der Bundeswehr geringer wäre, wenn die Bundeswehr verstärkt im Ausland eingesetzt würde und die Soldaten und Soldatinnen häufiger in Krisenregionen stationiert würden. 45 Prozent sagen, dass ihr Interesse davon unberührt bliebe. 11 Prozent meinen, dass ihr Interesse dann größer wäre. Der Nettoeffekt beziffert sich damit rein rechnerisch auf minus 23 Prozentpunkte. Von denen, die sich für die Bundeswehr interessieren und eine militärische Laufbahn bevorzugen, meinen 31 Prozent, dass ihr Interesse geringer wäre, 47 Prozent, dass es gleich bliebe und 22 Prozent, dass ihr Interesse größer wäre.

Von den jungen Frauen meinen 34 Prozent, dass ihr Interesse geringer wäre, acht Prozent, dass es größer wäre und 58 Prozent, dass es gleich bliebe. Der Nettoeffekt bezieht sich somit auf minus 26 Prozentpunkte.

Die Bundeswehr muss sich darauf einstellen, dass die Zahl der an einer beruflichen Tätigkeit bei der Bundeswehr interessierten Jugendlichen zurückgeht und sollte deshalb die Bemühungen im Rahmen der Nachwuchswerbung entsprechend intensivieren.

Es ist zu erwarten, dass zwei Faktoren einen Rückgang des Interesses der Jugendlichen an einer Berufstätigkeit bei der Bundeswehr bewirken: Zum einen geht infolge des Geburtenrückgangs die Zahl der Schulabgänger zurück (vgl. Abschnitt 2.1). Der Wettbewerb um die besser gebildeten, motivierten und leistungsfähigen Jugendlichen wird sich deshalb verschärfen. Zum anderen ist damit zu rechnen, dass den Jugendlichen immer mehr bewusst wird, dass es sich bei der Bundeswehr um eine Armee im Einsatz handelt und dass der Beruf des Soldaten erhebliche Risiken mit sich bringt. Diese Erkenntnis wird zumindest bei einem Teil der jungen Männer und Frauen die Bereitschaft verringern, zur Bundeswehr zu gehen (vgl. Abschnitt 5.4). Auf diese Herausforderungen sollte die Bundeswehr mit einer Intensivierung der Nachwuchswerbung reagieren.

5. Medienberichte über tote bzw. verletzte Bundeswehrsoldaten im Auslandseinsatz werden von den Jugendlichen wahrgenommen und wirken sich negativ auf das Interesse an einer Berufstätigkeit bei der Bundeswehr aus.

Am 14. November 2005 wurden Bundeswehrsoldaten des ISAF-Kontingents in Kabul Opfer eines Selbstmordanschlags. An den folgenden Tagen berichteten die Medien in Deutschland sehr intensiv über diesen Vorfall. Entsprechende Analysen zeigen, dass das Interesse junger Männer mit einer Zeitverzögerung von nur einem Tag signifikant zurückging. An den Tagen vor dem Anschlag konnten sich 38 Prozent der jungen Männer vorstellen, bei der Bundeswehr berufstätig zu werden. An den beiden Tagen nach den ersten Medienberichten über den Terroranschlag und den Tod eines Bundeswehrsoldaten, waren es nur noch 23 Prozent. Weil das Medieninteresse nur kurze Zeit anhielt, hat sich dieses Ereignis nicht nachhaltig auf das Interesse Jugendlicher ausgewirkt.

Die Bundeswehr sollte für den Bereich der Nachwuchswerbung Vorstellungen entwickeln, wie im Krisenfall mit Jugendlichen kommuniziert werden soll. Die Bundeswehr muss sich darauf einstellen, dass die Medien immer dann besonders intensiv über die

Streitkräfte berichten, wenn es im Ausland zu Anschlägen auf die Soldatinnen und Soldaten kommt und dabei Tote und Verletzte zu beklagen sind. In Folge der intensiven Berichterstattung der Medien über tote und verletzte Bundeswehrsoldaten, über die Ursachen der Anschläge und über mögliche Defizite bei der Ausrüstung und der Ausbildung kann nach vorliegenden Erkenntnissen das Interesse der Jugendlichen am Soldatenberuf in erheblichem Umfang zurückgehen. Für den Fall, dass die Negativberichterstattung über einen längeren Zeitraum anhält und das Image des Soldatenberufs nachhaltig zu beeinträchtigen droht, sollten geeignete Kommunikationsstrategien auch für den Bereich der Nachwuchswerbung entwickelt werden. Dabei sollte man von den Informationsbedürfnissen der Jugendlichen und ihrer Eltern ausgehen.

6. Um sich über die beruflichen Möglichkeiten bei der Bundeswehr zu informieren, nutzen die interessierten Jugendlichen die gesamte Palette der angebotenen Informationsmöglichkeiten.

Die Informationsangebote der Bundeswehr werden von den an einer Berufstätigkeit bei den Streitkräften interessierten jungen Männern sehr häufig genutzt: 60 Prozent haben sich mit entsprechendem Informationsmaterial beschäftigt, 53 Prozent haben mit Soldaten der Bundeswehr gesprochen, 45 Prozent eine Kaserne, ein Schiff bzw. einen Flugplatz besucht, 41 Prozent waren bei einer Veranstaltung der Bundeswehr, 38 Prozent haben sich Internetseiten der Bundeswehr angesehen, 25 Prozent hatten Kontakt mit einem Jugendoffizier, 22 Prozent hatten auf einer Messe Kontakt mit der Bundeswehr, 14 Prozent haben ein Zentrum für Nachwuchsgewinnung besucht und fünf Prozent haben ein Praktikum bei der Bundeswehr absolviert. Die interessierten jungen Frauen nutzen die angebotenen Möglichkeiten, sich über die Bundeswehr zu informieren, fast ebenso intensiv.

Die breite Palette der Informationsangebote über die beruflichen Möglichkeiten bei der Bundeswehr sollte erhalten und möglichst weiter ausgebaut werden. Die Nachwuchswerbung der Bundeswehr sollte die Vielfalt der Informationsangebote über die beruflichen Möglichkeiten bei der Bundeswehr erhalten und soweit möglich weiter ausbauen. Jugendliche Berufswähler, deren Eltern, Freunde und Partner haben ganz unterschiedliche Informationsbedürfnisse, kommunikationstechnische Voraussetzungen und Vorlieben, die sich im Verlauf des Berufswahlprozesses verändern. Dieser Komplexität der Informationsnachfrage kann man nur mit einem differenzierten Informationsangebot

gerecht werden. Von einer Beschränkung des Personalmarketings der Bundeswehr auf das Internet als alleiniger Werbeplattform ist deshalb abzuraten.

7. Die interessierten jungen Männer und Frauen wünschen sich vielfältige Informationsangebote. Gelegenheiten zu persönlichen Kontakten mit Angehörigen der Bundeswehr und zu Gesprächen vor Ort stehen dabei an erster Stelle.

Zwei Drittel der interessierten jungen Männer möchten demnächst einmal eine Kaserne, ein Schiff bzw. einen Flugplatz besuchen und Gespräche mit Soldaten führen, um sich über ihre beruflichen Möglichkeiten bei der Bundeswehr zu informieren. 65 Prozent möchten Veranstaltungen der Bundeswehr besuchen und 42 Prozent wollen ein Praktikum absolvieren. Die medialen Angebote der Bundeswehr werden ebenfalls häufig genutzt. 67 Prozent wünschen sich Informationsmaterial der Bundeswehr und 60 Prozent wollen sich die Internetseiten der Bundeswehr ansehen.

Die interessierten jungen Frauen ziehen unmittelbare persönliche Kontakte den medialen Informationsangeboten vor. 63 Prozent von ihnen möchten gerne eine Informationsveranstaltung der Bundeswehr besuchen, doch lediglich 46 Prozent wollen sich entsprechende Internetseiten der Bundeswehr ansehen.

Die Bundeswehr sollte interessierten Jugendlichen mehr Gelegenheiten zu persönlichen Kontakten und Gesprächen vor Ort anbieten. Das Bedürfnis der jungen Männer und Frauen, die sich für eine Berufstätigkeit bei der Bundeswehr interessieren, nach persönlichen Kontakten und eigenen Erfahrungen ist ausgesprochen groß. Viele junge Leute wollen sich im Rahmen ihrer Berufswahl ein eigenes Bild von den beruflichen Möglichkeiten machen. Dieses Bedürfnis kann von der Bundeswehr zurzeit nicht in vollem Umfang erfüllt werden, vor allem, weil in den letzten Jahren viele Standorte geschlossen wurden. Deshalb haben nur wenige Jugendliche die Möglichkeit, ein Praktikum bei der Bundeswehr zu absolvieren.

Es wird empfohlen, mehr Informationsveranstaltungen vor Ort anzubieten, die Zahl der Praktikumsplätze zu erhöhen und Aktivitäten wie den „Tag der offenen Tür“, „Girls-day“, BW-Beachen, BW-Olympix etc. auszubauen. Wichtig ist, dass die Jugendlichen dabei die Gelegenheit haben, mit Soldatinnen und Soldaten ins Gespräch zu kommen und Einblicke in den Berufsalltag bei der Bundeswehr erhalten, um sich ein möglichst realistisches Bild machen zu können.

8. Das Interesse für bundeswehrspezifische Themen ist in der Zielgruppe ganz unterschiedlich ausgeprägt. Die Themenpräferenzen von Männern und Frauen unterscheiden sich sehr deutlich.

Die jungen Männer, die sich eine berufliche Tätigkeit bei der Bundeswehr vorstellen können, interessieren sich in erster Linie für die Bildungs- und Qualifizierungsmöglichkeiten bei der Bundeswehr. 65 Prozent zeigen sich am Berufsalltag der Soldaten bzw. der Soldatinnen interessiert, 64 Prozent an der militärischen Ausbildung und ebenso viele an Militärtechnik und Bewaffnung.

Bei den jungen Frauen fällt das Interesse an militärischen und technischen Themen wesentlich geringer aus. Lediglich 35 Prozent interessieren sich für die militärische Ausbildung, 34 Prozent für militärische Einsätze der Bundeswehr im Ausland und nur 20 Prozent für Militärtechnik und Bewaffnung.

Die Informationsangebote der Nachwuchswerbung sollten thematisch stärker differenziert werden, um den unterschiedlichen Interessen und Bedürfnissen besser gerecht zu werden. Die Themen für die sich die jungen Männer und Frauen im Rahmen ihrer Berufswahl interessieren, unterscheiden sich sehr deutlich. Erhebliche Differenzen sind auch zwischen den Bildungsschichten und den Altersgruppen auszumachen. Die Nachwuchswerbung der Bundeswehr sollte deshalb thematisch differenziertere Kommunikationsangebote entwickeln, um zielgerichteter und effizienter werben zu können.

9. Intrinsische Faktoren spielen bei der Berufswahl Jugendlicher eine wesentlich größere Rolle als extrinsische Faktoren.

Die jungen Männer und Frauen verbinden mit einer beruflichen Tätigkeit bei der Bundeswehr unterschiedliche Erwartungen. Diese richten sich einerseits auf die berufliche Tätigkeit selbst, unter anderem darauf, dass es sich hierbei um eine herausfordernde und interessante Tätigkeit handelt, die anerkannt und geachtet wird und bei der man sich persönlich weiterentwickeln kann usw. (intrinsische Faktoren). Andererseits richten sich die Erwartungen auf die mit der Berufstätigkeit verbundenen Aspekte der Bezahlung, der sozialen Absicherung und der sonstigen Versorgung (extrinsische Faktoren).

Die Analysen zeigen, dass sich die intrinsischen Faktoren deutlicher auf das Interesse an einer Berufstätigkeit bei der Bundeswehr auswirken als die extrinsischen Faktoren. Den größten Einfluss hat die Erwartung, dass die zukünftige Berufstätigkeit herausfordernd und interessant ist, dass sie allgemein anerkannt und geachtet wird, dass sie nützlich ist

und dass man sich dabei weiterentwickeln kann. Junge Männer, die annehmen, dass ihnen die Bundeswehr all das bieten kann, zeigen sich in besonderem Maße an einer Berufstätigkeit als Soldat oder ziviler Mitarbeiter interessiert (intrinsische Motivation).

Einen geringeren Einfluss haben dagegen extrinsische Faktoren, wie die kostenfreie ärztliche Versorgung, Finanzierung eines Studiums bzw. einer Qualifizierung und umfangreiche Sozialleistungen. Die Sicherheit des Arbeitsplatzes und die gute Bezahlung werden von den meisten Jugendlichen zwar als sehr wichtige Merkmale einer beruflichen Tätigkeit bezeichnet, der tatsächliche Einfluss dieser Faktoren auf das Interesse an einer Berufstätigkeit bei der Bundeswehr ist jedoch überraschend gering (extrinsische Motivation).

Im Rahmen der Nachwuchswerbung sollte intensiver kommuniziert werden, dass eine Berufstätigkeit bei der Bundeswehr herausfordernd und interessant ist, dass sie allgemein anerkannt und geachtet wird, dass sie nützlich ist und dass man sich dabei weiterentwickeln kann.

Die Nachwuchswerbung der Bundeswehr sollte die intrinsischen Aspekte der beruflichen Tätigkeiten stärker betonen. Den Jugendlichen sollte überzeugend vermittelt werden, dass ihnen der Arbeitgeber Bundeswehr nicht nur einen sicheren Arbeitsplatz, ein gutes Einkommen und soziale Absicherung bietet, sondern dass es in erster Linie darum geht, im Rahmen einer beruflichen Entwicklung bei der Bundeswehr eine Reihe von herausfordernden, interessanten und verantwortungsvollen Tätigkeiten auszuüben, die nützlich sind, die allgemein geachtet werden und bei denen man sich persönlich weiterentwickeln kann.

Die Bundeswehr sollte in diesem Zusammenhang vor allem auf ihre Auslandseinsätze verweisen, insbesondere auf die zahlreichen Hilfs- und Wiederaufbauleistungen, die im Ausland von den Soldatinnen und Soldaten erbracht werden. Die Bundeswehr verfügt damit über ein klassisches Alleinstellungsmerkmal.

10. Das Ansehen des Soldatenberufs ist im Vergleich zu anderen Berufen nicht sehr hoch. Die Ursachen für die Imagedefizite lassen sich präzise identifizieren.

An der Spitze der Prestigeskala stehen der Arzt, der Richter, der Ingenieur und der Architekt. Der Offizier bei der Bundeswehr findet sich auf dem 16. Rang wieder. Auf die Frage, wie hoch das Ansehen des Bundeswehroffiziers ist, antworten 27 Prozent der

jungen Männer mit „sehr hoch“ bzw. „hoch“, 25 Prozent mit „eher hoch“, 23 Prozent mit „teils/teils“, 12 Prozent mit „eher gering“ und 13 Prozent mit „gering“ bzw. „sehr gering“ (Anteile zusammengefasst). Der Unteroffizier bei der Bundeswehr folgt auf dem 22. Rang und liegt damit im unteren Bereich der Prestigeskala.

Der typische Bundeswehrsoldat wird von den jungen Männern als körperlich fit, mutig, teamorientiert und stark wahrgenommen. Größere Imagedefizite sind bei den Punkten Kreativität, Bildung, Intelligenz, Charme, Eleganz, Sensibilität, Freundlichkeit, Talent, Toleranz, Professionalität, Attraktivität und Modernität auszumachen. Drei Aspekte haben für die jungen Männer dabei eine außerordentlich große Bedeutung: Professionalität, Intelligenz und Bildung.

Weitergehende Untersuchungen zeigen, dass zwischen dem Image des Bundeswehrsoldaten und dem Interesse der Jugendlichen an einer Berufstätigkeit bei der Bundeswehr ein enger Zusammenhang besteht. Je größer die Imagedefizite sind, das heißt, je größer die Diskrepanz zwischen dem Image des Bundeswehrsoldaten und den Idealvorstellungen der Jugendlichen ist, desto geringer ist das Interesse an der Bundeswehr.

Die Imagedefizite sollten durch geeignete Maßnahmen zielgerichtet reduziert werden, um die Attraktivität des Soldatenberufs zu erhöhen. Das Image der Soldatinnen und Soldaten sollte durch geeignete Werbemaßnahmen und im Rahmen persönlicher Begegnungen im Bundeswehrumfeld nachhaltig verbessert werden. Die Bemühungen sollten sich zunächst auf den Komplex Bildung, Intelligenz, Talent, Professionalität und Modernität konzentrieren. Das Ziel der Bestrebungen sollte darin bestehen, das Image des gebildeten, intelligenten, talentierten, professionellen und modernen Soldaten in der Zielgruppe kommunikativ zu verankern.

7 Literaturverzeichnis

- Alderfer, C. P. (1972): *Existence, Relatedness and Growth – Human Needs in Organizational Settings*. New York.
- Bald, D. (1981): *Vom Kaiserheer zur Bundeswehr. Sozialstruktur des Militärs: Politik der Rekrutierung von Offizieren und Unteroffizieren*. Frankfurt a. M.
- Bald, D. (1989): *Bildung und Herkunft. Strukturprobleme der Personalauswahl der Unteroffiziere*. In: Grodzki/Klein/Rhode (Hrsg.) 1989: 53–62.
- Bender-Szymanski, D. (1976): *Das Verhalten von Jugendlichen bei der Berufsentscheidung*. Weinheim – Basel.
- Blau, P. M./Gustad, J. W./Jessor, R./Parnes, H. S./Wilcock, R. C. (1956): *Occupational choice. A conceptual framework*. *Industrial and Labor Relations Review*, 9, 531–543.
- Bulmahn, T. (2005): *Jugendumfrage 2004. Bundesweite Befragung zum Themenbereich „Berufswahl Jugendlicher und Nachwuchswerbung der Bundeswehr“*. Tabellenband. Strausberg: Sozialwissenschaftliches Institut der Bundeswehr.
- Bundesministerium der Verteidigung (2005): *Personalinformation 2005 – Militärisches Personal*. Bonn: Bundesministerium der Verteidigung, PSZ I 1.
- Bundesministerium der Verteidigung (2006): *Weißbuch 2006 zur Sicherheitspolitik Deutschlands und zur Zukunft der Bundeswehr*. Berlin: Bundesministerium der Verteidigung.
- Bußhoff, L. (1984): *Berufswahl: Theorien und ihre Bedeutung für die Praxis der Berufsberatung*. Stuttgart et al.
- Daheim, H. (1967): *Der Beruf in der modernen Gesellschaft. Versuch einer soziologischen Theorie beruflichen Handelns*. Köln.
- Daheim, H. (1970): *Der Beruf in der modernen Gesellschaft*. Köln.
- Dorn, E. (Hrsg.) (1989): *Who Defends America? Race, Sex, and Class in the Armed Forces*. Washington, D. C.
- Ginzberg, E./Ginsberg, S. W./Axelrad, S./Herma, J. L. (1951): *Occupational Coice: an approach to a general theory*. New York.
- Grodzki, M./Klein, P./Rhode, H. (Hrsg.) (1989): *Soldat – ein Berufsbild im Wandel*. Bd. 1 Unteroffiziere. Bonn.
- Heikenroth, A. (2000): *Wer will zur Bundeswehr? Eine Potenzialanalyse*. SOWI-Arbeitspapier 123. Strausberg: Sozialwissenschaftliches Institut der Bundeswehr.
- Hartmann, U./Walther, C. (Hrsg.) (1995): *Der Soldat in einer Welt im Wandel (Ein Handbuch für Theorie und Praxis)*. München.
- Holland, J. L. (1970): *The self-directed search*. Palo Alto.

- Holland, J. L. (1973): Making Vocational Choices. A Theory of Careers. Englewood Cliffs, N. J.
- Holland, J. L. (1978): Career Counseling: Then, Now, and What's Next? In: Whiteley/Resnikoff (Hrsg.) 1978: 57ff.
- Holland, J. L. (1985): Making Vocational Choices. A Theory of Vocational Personalities and Work Environments. Englewood Cliffs, N. J.
- Kahl, O. (1981): Berufliche Entscheidung und berufliche Laufbahn. Alsbach.
- Kaldrack, G./Klein, P. (Hrsg.) (1992): Die Zukunft der Streitkräfte angesichts weltweiter Abrüstungsbemühungen. Baden-Baden.
- Klein, P./Kuhlmann, J./Rohde, H. (Hrsg.) (1993): Soldat – ein Berufsbild im Wandel. Bd. 2 Offiziere. Bonn.
- Klein, P./Kriesel, W. (1992): Offizierbewerber des Einstellungsjahrgangs 1992 aus den alten und neuen Bundesländern – ein empirischer Vergleich. SOWI-Arbeitspapier 62. München: Sozialwissenschaftliches Institut der Bundeswehr.
- Klein, P./Kriesel, W./Lippert, E. (1997): Militär und Gesellschaft. Bibliographie zur Militärsoziologie. SOWI-Berichte 66. Strausberg: Sozialwissenschaftliches Institut der Bundeswehr.
- Kohli, M. (1973): Studium und berufliche Laufbahn. Stuttgart.
- Kohli, M. (1975): Die berufliche Laufbahn. In: Lange/Büschges (Hrsg.) 1975: 129–168.
- Kohr, H. U. (1992): Wertewandel, Sicherheitsverständnis und Sicherungsfunktionen der Bundeswehr. Perspektiven von 16–25jährigen in den alten und neuen Bundesländern. SOWI-Arbeitspapier 58. München: Sozialwissenschaftliches Institut der Bundeswehr.
- Krumboltz, J. D./Mitchell, A. M./Jones, G. B. (1976): A social learning theory of career selection. *The Counseling Psychologist*, 1, 71ff.
- Krumboltz, J. D. (1978): This Chevrolet Can't Float or Fly: A Rejoinder. In: Whiteley/Resnikoff (Hrsg.) 1978: 139ff.
- Küng, E. L. (1971): Das Berufswahlverhalten. Fallstudien im Longitudinalschnitt. Bern – Stuttgart – Wien.
- Lange E. (1978): Berufswahl. Eine empirische Untersuchung der Berufswahlsituation von Hauptschülern, Realschülern und Abiturienten. München.
- Lange, E./Büschges, G. (Hrsg.) (1975): Aspekte der Berufswahl in der modernen Gesellschaft. Frankfurt a. M.
- Lazarsfeld, P. (1931): Jugend und Beruf. Jena.
- Loquai, H. (1980): Qualifikations- und Selektionssysteme für Eliten in bürokratischen Organisationen. Eine soziologische Analyse der Ausbildung und Auswahl deutscher General- und Admiralstabsoffiziere. Freiburg i. Br.
- Moser, K./Schmook, R. (2001): Berufliche und organisationale Sozialisation. In: Schuler (Hrsg.) 2001: 215–239.

- Moskos, C. C./Wood, F. R. (Hrsg.) (1988): *The Military: More than just a Job?* London.
- Parson, F. (1909): *Choosing a vocation*. Boston.
- Ries, H. (1970): *Berufswahl in der modernen Industriegesellschaft*. Bern.
- Sauter, J. (1993): *Sozio-Politische Orientierungsmuster von männlichen und weiblichen Jugendlichen in Ost- und Westdeutschland und deren Einstellung zur Bundeswehr*. SOWI-Arbeitspapier 86. München: Sozialwissenschaftliches Institut der Bundeswehr.
- Schaeffgen, H. (1982): *Aspekte militärischer Personalauswahl*. Europäische Wehrkunde, 31: 2.
- Schaffer, H. I. (1992): *Lebenskonzepte und Zeiterfahrungen junger Männer. Zur Bedeutung gewandelter Lebensvorstellungen für die Bundeswehr*. SOWI-Arbeitspapier 63. München: Sozialwissenschaftliches Institut der Bundeswehr.
- Scharmann, T. (1965): *Jugend in Arbeit und Beruf*. München.
- Scharmann, T. (1966): *Schule und Beruf als Sozialisationsfaktoren. Der Mensch als soziales und personales Wesen, Bd. II*. Stuttgart.
- Schöber, P. (1975): *Berufswahl als gesellschaftlicher Allokationsprozeß*. In: Lange/Büschges (Hrsg.) 1975: 75–99.
- Schuler, H. (Hrsg.) (2001): *Lehrbuch der Personalpsychologie*. Göttingen.
- Sekretariat der Ständigen Konferenz der Kultusminister der Länder in der Bundesrepublik Deutschland (Hrsg.) (2005): *Statistische Veröffentlichungen der Kultusministerkonferenz, Nr. 173, Vorausberechnung der Schüler- und Absolventenzahlen 2003 bis 2020*, Bonn.
- Statistisches Bundesamt (Hrsg.) (2004): *Bevölkerung Deutschlands von 2002 bis 2050. 10. koordinierte Bevölkerungsvorausberechnung*. Wiesbaden: Statistisches Bundesamt.
- Super, D. E./Crites, J. O./Hummel, R. C./Moser, H. P./Overstreet, P. L./Warnat, C. F. (1957): *Vocational development: A Framework for Research*. New York.
- Super, D. E./Starishevsky, R./Matlin, N./Jordaan, J. P. (1963): *Career Development: Self – Concept Theory*. New York.
- Vogt, W. R. (Hrsg.) (1986): *Militär als Gegenkultur (Streitkräfte im Wandel der Gesellschaft I)*. Opladen.
- Vogt, W. R. (Hrsg.) (1988): *Militär als Lebenswelt (Streitkräfte im Wandel der Gesellschaft II)*. Opladen.
- Vroom, V. A. (1964): *Work and Motivation*. New York.
- Wakenhut, R. (1988): „... wer paßt zu uns?“ Zur Filterfunktion der wehrpsychologischen Eignungsdiagnostik in der Bundeswehr. In: Vogt (Hrsg.) 1988: 183–204.
- Wiesendahl, E. (1990): *Wertewandel und motivationale Kriegsunfähigkeit von Streitkräften. Sicherheit und Frieden*, 8: 1.
- Whiteley, J./Resnikoff, A. (Hrsg.) (1978): *Career Counseling*. Monterey.

8 Fragebogen

ANGABEN DES INTERVIEWERS VOR BEGINN DES INTERVIEWS AUFNEHMEN

A. Interviewereintragung: Geschlecht

- 1: männlich
- 2: weiblich

B. Ortsgröße (oder zuspielden)

C. Bundesland (oder zuspielden)

Wir führen zur Zeit eine Umfrage in der gesamten Bundesrepublik bei Jugendlichen durch. Dabei geht es um die Themen Schule, Freizeit, Berufswahl, Bundeswehr usw. Dazu hätten wir gern auch Ihre Meinung erfahren.

Damit ich weiß, mit wem ich dieses Interview führe, zunächst einige statistische Fragen.

Q1. Sagen Sie mir bitte, wie alt Sie sind.

- 1: Alter eintragen

INT.: DAS INTERVIEW NUR DANN WEITERFÜHREN, WENN DER BEFRAGTE ZUM ZEITPUNKT DES INTERVIEWS MINDESTENS 14 JAHRE UND HÖCHSTENS 23 JAHRE ALT IST.

Q2. Und welche Staatsangehörigkeit haben Sie?

- 1: deutsch
- 2: andere
- 98: Weiß nicht
- 99: Keine Antwort

INT.: DAS INTERVIEW NUR DANN WEITERFÜHREN, WENN DER BEFRAGTE DIE DEUTSCHE STAATSANGEHÖRIGKEIT HAT.

Q3. Haben Sie schon einen Abschluss einer allgemeinbildenden Schule erreicht?

INT.: LISTE Q3 VORLEGEN: BITTE NUR DEN HÖCHSTEN ERREICHTEN SCHULABSCHLUSS NOTIEREN.

- 1: Ja, und zwar einen Hauptschulabschluss
- 2: Ja, und zwar einen Realschulabschluss (Mittlere Reife)
- 3: Ja, und zwar die Fachhochschulreife
- 4: Ja, und zwar die Hochschulreife (Abitur)
- 5: Nein, habe noch keinen Schulabschluss erreicht
- 98: Weiß nicht (NICHT AUF LISTE)
- 99: Keine Antwort (NICHT AUF LISTE)

FILTER: IF Q3 = 1,2,3,5

Q4. Streben Sie noch einen Abschluss einer allgemeinbildenden Schule an?

INT.: LISTETE Q4 VORLEGEN. BITTE NUR DEN HÖCHSTEN ANGESTREBTEN SCHULABSCHLUSS NOTIEREN.

- 1: Ja, und zwar einen Hauptschulabschluss
- 2: Ja, und zwar einen Realschulabschluss (Mittlere Reife)
- 3: Ja, und zwar die Fachhochschulreife
- 4: Ja, und zwar die Hochschulreife (Abitur)
- 5: Nein, strebe keinen Schulabschluss mehr an
- 98: Weiß nicht (NICHT AUF LISTE)
- 99: Keine Antwort (NICHT AUF LISTE)

WIEDER AN ALLE

Q5. Haben Sie schon einen berufsbildenden Abschluss erreicht?

INT.: LISTE Q5 VORLEGEN. MEHRFACHANTWORTEN MÖGLICH.

- Ja, und zwar Abschluss einer/eines ...
- 1: Anlernausbildung, beruflichen Praktikums
- 2: Berufsgrundbildungsjahres, Berufsvorbereitungsjahres
- 3: Lehre, Lehrausbildung
- 4: Berufsfachschule, Handelsschule oder Schule des Gesundheitswesens
- 5: Fachschule (z. B. Meister-, Technikerschule)
- 6: Beamtenausbildung
- 7: Anerkannten Berufsakademie
- 8: Fachhochschule
- 9: Universität, sonstige Hochschule
- 10: Nein, habe noch keinen Ausbildungsabschluss erreicht
- 98: Weiß nicht (NICHT AUF LISTE)
- 99: Keine Antwort (NICHT AUF LISTE)

Q6. Streben Sie noch einen berufsbildenden Abschluss an?

INT.: LISTE Q6 VORLEGEN. MEHRFACHANTWORTEN MÖGLICH.

- Ja, und zwar Abschluss einer/eines ...
- 1: Anlernausbildung, beruflichen Praktikums
- 2: Berufsgrundbildungsjahres, Berufsvorbereitungsjahres
- 3: Lehre, Lehrausbildung
- 4: Berufsfachschule, Handelsschule oder Schule des Gesundheitswesens
- 5: Fachschule (z. B. Meister-, Technikerschule)
- 6: Beamtenausbildung
- 7: Anerkannten Berufsakademie
- 8: Fachhochschule
- 9: Universität, sonstige Hochschule
- 10: Nein, strebe keinen Ausbildungsabschluss mehr an
- 98: Weiß nicht (NICHT AUF LISTE)
- 99: Keine Antwort (NICHT AUF LISTE)

Q7. Was von der folgenden Liste trifft auf Sie zurzeit zu?

INT.: LISTE Q7 VORLEGEN. BITTE NUR EINE ANTWORT NOTIEREN.

- A Ich gehe zur Schule
1: Hauptschule
2: Realschule/Mittelschule
3: Gymnasium/Oberschule
4: Fachschule (z. B. Meister- oder Technikerschule)
5: sonstige Schule
- B Ich studiere
6: Fachhochschule
7: Hochschule/Universität
8: Sonstiges
- C Ich mache eine praktische Berufsausbildung für
9: gewerblich/handwerklichen Beruf
10: kaufmännischen Beruf
11: sozialen Beruf
12: Sonstiges
- D Ich bin zurzeit berufstätig
13: Voll erwerbstätig
14: Teilzeit beschäftigt
15: Geringfügig beschäftigt
16: Sonstiges
- E Ich bin zurzeit
17: arbeitssuchend aber nicht arbeitslos gemeldet
18: arbeitssuchend und arbeitslos gemeldet
- F Ich bin zurzeit in Warteschleife
19: für einen Studienplatz
20: für einen Ausbildungsplatz
- G Ich mache zurzeit anderes
21: Elternurlaub
22: Grundwehrdienst
23: Zivildienst
24: Sonstiges
- 98: Weiß nicht (NICHT AUF LISTE)
99: Keine Antwort (NICHT AUF LISTE)

FILTER: IF Q7 = 13, 14, 15, 16

Q8A. Sagen Sie mir bitte anhand dieser Liste, in welchem Berufsfeld Sie tätig sind.

INT.: LISTE Q8 VORLEGEN. NUR EINE NENNUNG.

- 1: Organisations-, Verwaltungs- und Büroberufe (z. B. Bürokräfte, Verwaltungsangestellte, Geschäftsführer, Unternehmer)
- 2: Industrielle Fertigungsberufe (z. B. Chemiarbeiter, Metallverarbeiter, Monteure)
- 3: Textil- und Bekleidungsberufe (z. B. Textilhersteller, Schneider)
- 4: Ingenieurberufe (z. B. Elektroingenieure, Bauingenieure, Architekten)
- 5: Naturwissenschaftliche Berufe (z. B. Chemiker, Physiker)
- 6: Technische Berufe (z. B. Kfz-Mechaniker, Fernsehmechaniker, Elektriker, Maschinisten, Technische Zeichner)
- 7: Informationstechnik-Berufe (z. B. Programmierer, Netzwerktechniker)
- 8: Bauberufe (z. B. Maurer, Zimmerer, Straßenbauer)
- 9: Gewerblich-handwerkliche Berufe (z. B. Tischler, Maler, Glaser)
- 10: Künstlerische Berufe (z. B. Schauspieler, Musiker, Designer, Schriftsteller, Maler)
- 11: Publizistische Berufe (z. B. Journalisten, Redakteure, Fernsehsprecher)
- 12: Ordnungs- und Sicherheitsberufe (z. B. Polizisten, Soldaten, Zollbeamte)
- 13: Juristische Berufe (z. B. Rechtsanwälte, Richter, Notare)
- 14: Akademische Berufe (z. B. Hochschullehrer, Wissenschaftliche Mitarbeiter)
- 15: Sozial- und Erziehungsberufe (z. B. Lehrer, Sozialarbeiter, Sozialpädagogen, Kindergärtnerinnen)
- 16: Kaufmännische Berufe (z. B. Verkäufer, Kaufmännische Angestellte, Bankangestellte, Buchhalter)
- 17: Bergbauberufe (z. B. Bergleute, Mineralgewinner)
- 18: Landwirtschaftliche Berufe (z. B. Gärtner, Landwirte, Tierzüchter, Forst- und Jagdberufe)
- 19: Medizinisch-akademische Berufe (z. B. Ärzte, Psychologen, Apotheker)
- 20: Gesundheitsdienstberufe (z. B. Krankenschwestern, Zahntechniker, Krankengymnasten, Arzthelferinnen)
- 21: Ernährungsberufe (z. B. Bäcker, Fleischer, Brauer, Köche)
- 22: Berufe im Hotel- und Gaststättengewerbe (z. B. Hoteliers, Gastwirte, Kellner)
- 23: Verkehrs- und Transportberufe (z. B. Fahrer, Lagerarbeiter, Transportarbeiter)
- 24: Sonstiges
- 98: Weiß nicht (NICHT AUF LISTE)
- 99: Keine Antwort (NICHT AUF LISTE)

FILTER: IF Q7 < 13 OR Q7 > 16

Q8B. Sagen Sie mir bitte anhand dieser Liste, in welchem Berufsfeld Sie einmal tätig sein möchten.

INT.: LISTE Q8 VORLEGEN. NUR EINE NENNUNG.

- 1: Organisations-, Verwaltungs- und Büroberufe (z. B. Bürokräfte, Verwaltungsangestellte, Geschäftsführer, Unternehmer)
- 2: Industrielle Fertigungsberufe (z. B. Chemiarbeiter, Metallverarbeiter, Monteure)
- 3: Textil- und Bekleidungsberufe (z. B. Textilhersteller, Schneider)
- 4: Ingenieurberufe (z. B. Elektroingenieure, Bauingenieure, Architekten)
- 5: Naturwissenschaftliche Berufe (z. B. Chemiker, Physiker)
- 6: Technische Berufe (z. B. Kfz-Mechaniker, Fernsehmechaniker, Elektriker, Maschinisten, Technische Zeichner)
- 7: Informationstechnik-Berufe (z. B. Programmierer, Netzwerktechniker)
- 8: Bauberufe (z. B. Maurer, Zimmerer, Straßenbauer)
- 9: Gewerblich-handwerkliche Berufe (z. B. Tischler, Maler, Glaser)
- 10: Künstlerische Berufe (z. B. Schauspieler, Musiker, Designer, Schriftsteller, Maler)
- 11: Publizistische Berufe (z. B. Journalisten, Redakteure, Fernsehsprecher)

- 12: Ordnungs- und Sicherheitsberufe (z. B. Polizisten, Soldaten, Zollbeamte)
- 13: Juristische Berufe (z. B. Rechtsanwälte, Richter, Notare)
- 14: Akademische Berufe (z. B. Hochschullehrer, Wissenschaftliche Mitarbeiter)
- 15: Sozial- und Erziehungsberufe (z. B. Lehrer, Sozialarbeiter, Sozialpädagogen, Kindergärtnerinnen)
- 16: Kaufmännische Berufe (z. B. Verkäufer, Kaufmännische Angestellte, Bankangestellte, Buchhalter)
- 17: Bergbauberufe (z. B. Bergleute, Mineralgewinner)
- 18: Landwirtschaftliche Berufe (z. B. Gärtner, Landwirte, Tierzüchter, Forst- und Jagdberufe)
- 19: Medizinisch-akademische Berufe (z. B. Ärzte, Psychologen, Apotheker)
- 20: Gesundheitsdienstberufe (z. B. Krankenschwestern, Zahntechniker, Krankengymnasten, Arzthelferinnen)
- 21: Ernährungsberufe (z. B. Bäcker, Fleischer, Brauer, Köche)
- 22: Berufe im Hotel- und Gaststättengewerbe (z. B. Hoteliers, Gastwirte, Kellner)
- 23: Verkehrs- und Transportberufe (z. B. Fahrer, Lagerarbeiter, Transportarbeiter)
- 24: Sonstiges
- 98: Weiß nicht (NICHT AUF LISTE)
- 99: Keine Antwort (NICHT AUF LISTE)

FILTER: IF A = 1

Q9A. Ich nenne Ihnen jetzt einmal einige Berufe. Sagen Sie mir bitte anhand der folgenden Skala zu jedem Beruf, wie hoch sein Ansehen bei Ihnen persönlich ist.

INT.: SKALA Q9 VORLEGEN. BERUFE RANDOMISIERT VORLESEN.

- a) Arzt
- b) Richter
- c) Ingenieur
- d) Rechtsanwalt
- e) Apotheker
- f) Lehrer
- g) Produktdesigner
- h) Unternehmer
- i) Polizeibeamter
- j) Soldat – Offizierlaufbahn
- k) Landwirt
- l) Mediengestalter
- m) Journalist
- n) Sozialarbeiter
- o) Kfz-Schlosser
- p) Erzieher
- q) Soldat – Unteroffizierlaufbahn
- r) Tischler
- s) Fernsehmoderator
- t) Politiker
- u) Modedesigner
- v) Verkäufer
- w) Schauspieler
- x) Krankenpfleger
- y) Architekt
- z) Computerfachmann/Informatiker

- 1: Sehr geringes Ansehen
- 2: Geringes Ansehen
- 3: Eher geringes Ansehen
- 4: Teils/teils

- 5: Eher hohes Ansehen
 6: Hohes Ansehen
 7: Sehr hohes Ansehen
 98: Weiß nicht (NICHT AUF LISTE)
 99: Keine Antwort (NICHT AUF LISTE)

FILTER: IF A = 2

Q9B. Ich nenne Ihnen jetzt einmal einige Berufe. Sagen Sie mir bitte anhand der folgenden Skala zu jedem Beruf, wie hoch sein Ansehen bei Ihnen persönlich ist.

INT.: SKALA Q9 VORLEGEN. BERUFE RANDOMISIERT VORLESEN.

- a) Ärztin
- b) Richterin
- c) Ingenieurin
- d) Rechtsanwältin
- e) Apothekerin
- f) Lehrerin
- g) Produktdesignerin
- h) Unternehmerin
- i) Polizeibeamtin
- j) Soldatin – Offizierlaufbahn
- k) Landwirtin
- l) Mediengestalterin
- m) Journalistin
- n) Sozialarbeiterin
- o) Kfz-Schlosserin
- p) Kindergärtnerin
- q) Soldatin – Unteroffizierlaufbahn
- r) Tischlerin
- s) Fernsehmoderatorin
- t) Politikerin
- u) Modedesignerin
- v) Verkäuferin
- w) Schauspielerin
- x) Krankenschwester
- y) Architektin
- z) Computerfachfrau/Informatikerin

- 1: Sehr geringes Ansehen
 2: Geringes Ansehen
 3: Eher geringes Ansehen
 4: Teils/teils
 5: Eher hohes Ansehen
 6: Hohes Ansehen
 7: Sehr hohes Ansehen
 98: Weiß nicht (NICHT AUF LISTE)
 99: Keine Antwort (NICHT AUF LISTE)

WIEDER AN ALLE

Q10. Haben Sie einen Traumberuf? Wenn ja, was ist ihr Traumberuf?

- 1: Ja, ich habe einen Traumberuf und zwar ...
 2: Nein, ich habe keinen Traumberuf
 98: Weiß nicht
 99: Keine Antwort

FILTER: IF Q10 = 1

Q11A. Stellen Sie sich jetzt bitte einmal eine Person vor, die Ihren Traumberuf ausübt. Wie würden Sie diese Person mit Hilfe der folgenden Eigenschaftswörter beschreiben?

Hierfür werden wir Ihnen jeweils zwei gegensätzliche Eigenschaften zeigen. Mit dem Schieberegler zwischen den beiden Begriffen können Sie bestimmen, welcher der beiden Begriffe Ihren Traumberuf besser beschreibt. Bei manchen Eigenschaften wird es Ihnen vielleicht schwer fallen, ein Urteil abzugeben. Antworten Sie trotzdem einfach so, wie es Ihrem spontanen Gefühl am ehesten entspricht.

FILTER: IF Q10 = 2, 98, 99

Q11B. Auch wenn Sie keinen bestimmten Traumberuf haben, haben Sie vielleicht Vorstellungen von der beruflichen Tätigkeit, die Sie anstreben. Stellen Sie sich jetzt bitte einmal eine Person vor, die dieser beruflichen Tätigkeit nachkommt. Wie würden Sie diese Person mit Hilfe der folgenden Eigenschaftswörter beschreiben?

Hierfür werden wir Ihnen jeweils zwei gegensätzliche Eigenschaften zeigen. Mit dem Schieberegler zwischen den beiden Begriffen können Sie bestimmen, welcher der beiden Begriffe diese berufliche Tätigkeit besser beschreibt. Bei manchen Eigenschaften wird es Ihnen vielleicht schwer fallen, ein Urteil abzugeben. Antworten Sie trotzdem einfach so, wie es Ihrem spontanen Gefühl am ehesten entspricht.

INT.: BITTE DIE ITEMS DEM BEFRAGTEN AUF DEM BILDSCHIRM ZEIGEN. DER SCHIEBEREGLER AUF DEN NÄCHSTEN SEITEN KANN ENTWEDER MIT DER PFEIL-NACH-LINKS/PFEIL-NACH-RECHTS-TASTE ODER MIT DEM MAUSZEIGER BEWEGT WERDEN. ITEMS RANDOMISIEREN.

- 1) stark – schwach
- 2) körperlich fit – körperlich schlapp
- 3) fleißig – faul
- 4) mutig – ängstlich
- 5) selbstbewusst – schüchtern
- 6) charmant – uncharmant
- 7) elegant – plump
- 8) weltgewandt – weltfremd
- 9) modern – altmodisch
- 10) attraktiv – unattraktiv
- 11) intelligent – dumm
- 12) gebildet – ungebildet
- 13) professionell – unprofessionell
- 14) kreativ – einfallslos
- 15) talentiert – untalentiert
- 16) hilfsbereit – egoistisch
- 17) tolerant – intolerant
- 18) einfühlsam – gefühllos
- 19) freundlich – unfreundlich
- 20) teamorientiert - einzelgängerisch
- 21) angesehen – gering geachtet
- 22) sympathisch – unsympathisch
- 23) beliebt – unbeliebt
- 24) erfolgreich – erfolglos
- 25) glücklich – unglücklich

- 1: 1 Eigenschaft 1
 2: 2
 3: 3
 4: 4
 5: 5
 6: 6
 7: 7 Eigenschaft 2
 98: Weiß nicht (NICHT AUF LISTE)
 99: Keine Antwort (NICHT AUF LISTE)

WIEDER AN ALLE

Q12. Wie wichtig sind Ihnen persönlich die folgenden Aspekte einer beruflichen Tätigkeit?

INT.: SKALA Q12 VORLEGEN. AUSSAGEN RANDOMISIERT VORLESEN.

- a) Eine herausfordernde und interessante Tätigkeit
- b) Chancengleichheit für Männer und Frauen
- c) Möglichkeit, selbständig planen und entscheiden zu können
- d) Ein technisch anspruchsvoller Arbeitsplatz
- e) Gelegenheit, Mitarbeiter führen zu können
- f) Schutz vor Arbeitslosigkeit durch sicheren Arbeitsplatz
- g) Hohe Verantwortung schon in jungen Jahren
- h) Vereinbarkeit von Familie und Beruf
- i) Tätigkeit, bei der man viel mit Menschen zu tun hat
- j) Kameradschaft und Teamwork
- k) Möglichkeiten einer beruflichen Tätigkeit im Ausland
- l) Eine allgemein anerkannte und geachtete Tätigkeit
- m) Studium oder berufliche Qualifizierung finanziert vom Arbeitgeber
- n) Gelegenheit, Karriere machen zu können, Aussichten auf Beförderung
- o) Gesunde Arbeitsbedingungen, Schutz vor Staub, Lärm usw.
- p) Gute Bezahlung
- q) Eine Tätigkeit, die für viele Menschen nützlich ist
- r) Möglichkeiten, sich entfalten und entwickeln zu können
- s) Umfangreiche Sozialleistungen des Arbeitgebers
- t) Nette Kollegen
- u) Tätigkeit, die angenehm und nicht zu anstrengend ist
- v) Weitgehend kostenfreie ärztliche Versorgung durch den Arbeitgeber
- w) Gute Vorgesetzte
- x) Tätigkeit, bei der man anderen Menschen helfen kann
- y) Viel Freizeit neben dem Beruf, wenig Überstunden und viel Urlaub

- 1: Gar nicht wichtig
 2: Weniger wichtig
 3: Wichtig
 4: Sehr wichtig
 5: Außerordentlich wichtig
 98: Weiß nicht (NICHT AUF LISTE)
 99: Keine Antwort (NICHT AUF LISTE)

Q13. Wie Sie vielleicht wissen, kann man auch bei der Bundeswehr beruflich tätig sein, entweder als Soldat bzw. Soldatin oder als ziviler Mitarbeiter/zivile Mitarbeiterin. Waren Sie schon einmal bei einer Informationsveranstaltung der Bundeswehr z. B. zu einem Truppenbesuch oder einem Tag der offenen Tür?

- 1: Ja
- 2: Nein
- 98: Weiß nicht (NICHT VORLESEN)
- 99: Keine Antwort (NICHT VORLESEN)

FILTER: IF Q13 = 1

Q14. Welchen Eindruck hat die Bundeswehr bei dieser Gelegenheit auf Sie gemacht?

INT.: SKALA Q14 VORLEGEN.

- 1: Sehr positiv
- 2: Positiv
- 3: Eher positiv
- 4: Weder positiv noch negativ
- 5: Eher negativ
- 6: Negativ
- 7: Sehr negativ
- 98: Weiß nicht (NICHT AUF LISTE)
- 99: Keine Antwort (NICHT AUF LISTE)

WIEDER AN ALLE

Q15. Wie ist Ihre persönliche Einstellung zur Bundeswehr?

INT.: SKALA Q15 VORLEGEN.

- 1: Sehr positiv
- 2: Positiv
- 3: Eher positiv
- 4: Weder positiv noch negativ
- 5: Eher negativ
- 6: Negativ
- 7: Sehr negativ
- 98: Weiß nicht (NICHT AUF LISTE)
- 99: Keine Antwort (NICHT AUF LISTE)

Q16. Haben Sie schon einmal von sich aus Kontakt mit der Bundeswehr gesucht?

- 1: Ja
- 2: Nein
- 98: Weiß nicht (NICHT VORLESEN)
- 99: Keine Antwort (NICHT VORLESEN)

Q17. Wurden Sie schon einmal von der Bundeswehr angesprochen bzw. angeschrieben?

- 1: Ja
2: Nein
98: Weiß nicht (NICHT VORLESEN)
99: Keine Antwort (NICHT VORLESEN)

Q18. Über die beruflichen Möglichkeiten bei der Bundeswehr kann man sich ja in ganz verschiedener Weise informieren. Ich lese Ihnen einige Gelegenheiten vor. Sagen Sie mir bitte, ob Sie das schon einmal getan haben oder nicht.

INT.: SKALA Q18 VORLEGEN. ITEMS RANDOMISIERT VORLESEN.

- a) eine Kaserne, ein Schiff bzw. einen Flugplatz der Bundeswehr besuchen
 - b) eine Veranstaltung der Bundeswehr besuchen
 - c) Kontakt mit der Bundeswehr auf einer Messe haben
 - d) ein Praktikum bei der Bundeswehr absolvieren
 - e) Kontakt mit einem Jugendoffizier der Bundeswehr in der Schule haben
 - f) Kontakt mit einer Wehrdienstberaterin/einem Wehrdienstberater haben
 - g) ein Zentrum für Nachwuchsgewinnung besuchen
 - h) Informationsmaterial der Bundeswehr ansehen (Broschüren, Poster, CD-ROM)
 - i) Anzeigen der Bundeswehr in Zeitungen/Zeitschriften ansehen
 - j) Fernsehserien/Reportagen über den Alltag in der Bundeswehr ansehen
 - k) TV-Spots der Bundeswehr ansehen
 - l) Internetseiten der Bundeswehr ansehen
 - m) Gespräche mit den Eltern
 - n) Gespräche mit Freunden
 - o) Gespräche mit Soldaten bzw. Soldatinnen der Bundeswehr
- 1: Ja, habe ich schon mal gemacht
2: Nein, habe ich noch nicht gemacht
98: Weiß nicht (NICHT AUF LISTE)
99: Keine Antwort (NICHT AUF LISTE)

Q19. Sagen Sie mir bitte, ob Sie die folgenden Gelegenheiten, sich über die beruflichen Aussichten bei der Bundeswehr zu informieren, demnächst einmal nutzen möchten oder nicht.

INT.: SKALA Q19 VORLEGEN. ITEMS RANDOMISIERT VORLESEN.

- a) eine Kaserne, ein Schiff bzw. einen Flugplatz der Bundeswehr besuchen
- b) eine Veranstaltung der Bundeswehr besuchen
- c) Kontakt mit der Bundeswehr auf einer Messe haben
- d) ein Praktikum bei der Bundeswehr absolvieren
- e) Kontakt mit einem Jugendoffizier der Bundeswehr in der Schule haben
- f) Kontakt mit einer Wehrdienstberaterin/einem Wehrdienstberater haben
- g) ein Zentrum für Nachwuchsgewinnung besuchen
- h) Informationsmaterial der Bundeswehr ansehen (Broschüren, Poster, CD-ROM)
- i) Anzeigen der Bundeswehr in Zeitungen/ Zeitschriften ansehen
- j) Fernsehserien/Reportagen über den Alltag in der Bundeswehr ansehen
- k) TV-Spots der Bundeswehr ansehen
- l) Internetseiten der Bundeswehr ansehen
- m) Gespräche mit den Eltern
- n) Gespräche mit Freunden
- o) Gespräche mit Soldaten bzw. Soldatinnen der Bundeswehr

- 1: Ja, möchte ich demnächst einmal machen
 2: Nein, möchte ich nicht machen
 98: Weiß nicht (NICHT AUF LISTE)
 99: Keine Antwort (NICHT AUF LISTE)

Q20. Alles in allem, was ist Ihr persönlicher Eindruck, wie informiert die Bundeswehr über ihr Angebot an beruflichen Möglichkeiten?

INT.: SKALA Q20 VORLEGEN.

- 1: Sehr gut
 2: Gut
 3: Eher gut
 4: Teils/teils
 5: Eher schlecht
 6: Schlecht
 7: Sehr schlecht
 98: Weiß nicht (NICHT AUF LISTE)
 99: Keine Antwort (NICHT AUF LISTE)

Q21. Die Bundeswehr bietet für Jugendliche Sport- und auch Musik-Events an, bei denen man sich auch über die Bundeswehr informieren kann. Sind Sie an solchen Jugend-Events der Bundeswehr interessiert?

INT.: VORGABEN VORLESEN. EINE ANTWORT NOTIEREN.

- 1: Ja, bin interessiert
 2: Kommt drauf an
 3: Nein, bin nicht interessiert
 98: Weiß nicht (NICHT VORLESEN)
 99: Keine Antwort (NICHT VORLESEN)

Q22. Die Bundeswehr bietet interessierten Jugendlichen an, mit ihr in einen regelmäßigen „Dialog“ zu treten. Das kann über das Internet geschehen, aber auch über das Jugendmagazin der Bundeswehr. Sind Sie an einem solchen „Dialog“ mit der Bundeswehr interessiert, wenn er Sie zu nichts verpflichtet?

INT.: VORGABEN VORLESEN. EINE ANTWORT NOTIEREN.

- 1: Ja, bin interessiert
 2: Kommt drauf an
 3: Nein, bin nicht interessiert
 98: Weiß nicht (NICHT VORLESEN)
 99: Keine Antwort (NICHT VORLESEN)

Q23. Es gibt Informationsmaterial über die Bundeswehr insgesamt bzw. über einzelne Organisationsbereiche der Bundeswehr. Sind Sie an diesem Informationsmaterial interessiert?

INT.: SKALA Q23 VORLEGEN. ITEMS RANDOMISIERT VORLESEN.

- Informationsmaterial über ...
 a) die Bundeswehr insgesamt
 b) die Marine

- c) die Luftwaffe
- d) das Heer
- e) die Streitkräftebasis
- f) den Sanitätsdienst
- g) die zivile Wehrverwaltung

- 1: Ja, bin interessiert
- 2: Kommt drauf an
- 3: Nein, bin nicht interessiert
- 98: Weiß nicht (NICHT AUF LISTE)
- 99: Keine Antwort (NICHT AUF LISTE)

Q24. Welches Informationsmaterial halten Sie persönlich für wichtiger, um sich über die beruflichen Möglichkeiten bei der Bundeswehr zu informieren?

INT.: BITTE VORLESEN. NUR EINE NENNUNG.

- 1: Informationsmaterial über die Bundeswehr insgesamt
- 2: Informationsmaterial über einzelne Organisationsbereiche der Bundeswehr, also beispielsweise speziell über die Marine, die Luftwaffe oder den Sanitätsdienst
- 3: oder meinen Sie, beides ist wichtig, um sich umfassend zu informieren?
- 98: Weiß nicht (NICHT VORLESEN)
- 99: Keine Antwort (NICHT VORLESEN)

Q25. An welchen Themen der Bundeswehr sind Sie persönlich interessiert?

INT.: SKALA Q23 LIEGEN LASSEN. ITEMS RANDOMISIERT VORLESEN.

- a) die Möglichkeiten einer Berufsausbildung bzw. eines Studiums
- b) die Möglichkeiten der beruflichen Fort- und Weiterbildung
- c) die militärische Ausbildung der Soldaten bzw. Soldatinnen
- d) den Berufsalltag der Soldaten bzw. Soldatinnen
- e) Militärtechnik und Bewaffnung
- f) den persönlichen Werdegang eines Soldaten bzw. einer Soldatin
- g) die militärischen Einsätze im Ausland
- h) die Hilfseinsätze im Ausland
- i) die Einsätze der Bundeswehr im Inland
- j) die beruflichen Möglichkeiten von Frauen bei der Bundeswehr
- 1: Ja, bin interessiert
- 2: Kommt drauf an
- 3: Nein, bin nicht interessiert
- 98: Weiß nicht (NICHT AUF LISTE)
- 99: Keine Antwort (NICHT AUF LISTE)

FILTER: IF A = 1

Q26A. Was meinen Sie, was bietet die Bundeswehr jungen Männern, die Soldat bei den Streitkräften werden wollen?

FILTER: IF A = 2

Q26B. Was meinen Sie, was bietet die Bundeswehr jungen Frauen, die Soldatin bei den Streitkräften werden wollen?

INT.: SKALA Q26 VORLEGEN. ITEMS RANDOMISIERT VORLESEN.

- a) Eine herausfordernde und interessante Tätigkeit
- b) Chancengleichheit für Männer und Frauen
- c) Möglichkeit, selbständig planen und entscheiden zu können
- d) Einen technisch anspruchsvollen Arbeitsplatz
- e) Gelegenheit, Mitarbeiter führen zu können
- f) Schutz vor Arbeitslosigkeit durch sicheren Arbeitsplatz
- g) Hohe Verantwortung schon in jungen Jahren
- h) Vereinbarkeit von Familie und Beruf
- i) Tätigkeit, bei der man viel mit Menschen zu tun hat
- j) Kameradschaft und Teamwork
- k) Möglichkeiten einer beruflichen Tätigkeit im Ausland
- l) Eine allgemein anerkannte und geachtete Tätigkeit
- m) Studium oder berufliche Qualifizierung finanziert vom Arbeitgeber
- n) Gelegenheit, Karriere machen zu können, Aussichten auf Beförderung
- o) Gesunde Arbeitsbedingungen, Schutz vor Staub, Lärm usw.
- p) Gute Bezahlung
- q) Eine Tätigkeit, die für viele Menschen nützlich ist
- r) Möglichkeiten, sich entfalten und entwickeln zu können
- s) Umfangreiche Sozialleistungen des Arbeitgebers
- t) Nette Kollegen
- u) Tätigkeit, die angenehm und nicht zu anstrengend ist
- v) Weitgehend kostenfreie ärztliche Versorgung durch den Arbeitgeber
- w) Gute Vorgesetzte
- x) Tätigkeit, bei der man anderen Menschen helfen kann
- y) Viel Freizeit neben dem Beruf, wenig Überstunden und viel Urlaub

- 1: Ja, sicher
- 2: Eher ja
- 3: Teils/teils
- 4: Eher nein
- 5: Nein, sicher nicht
- 98: Weiß nicht (NICHT AUF LISTE)
- 99: Keine Antwort (NICHT AUF LISTE)

FILTER: IF A = 1

Q27A. Wie würden Sie Ihre Vorstellungen vom Beruf des Soldaten beschreiben?

INT.: BITTE VORLESEN. NUR EINE NENNUNG.

- 1: Ich kann mir unter dem Beruf des Soldaten bei der Bundeswehr eigentlich überhaupt nichts vorstellen
- 2: Ich habe ein paar allgemeine Vorstellungen, weiß aber nichts Genaues
- 3: Ich habe schon konkrete Vorstellungen, weiß aber nicht, ob diese richtig sind
- 4: Ich habe ganz konkrete Vorstellungen und glaube auch, dass diese richtig sind
- 98: Weiß nicht (NICHT VORLESEN)
- 99: Keine Antwort (NICHT VORLESEN)

FILTER: IF A = 2

Q27B. Wie würden Sie Ihre Vorstellungen vom Beruf der Soldatin beschreiben?

INT.: BITTE VORLESEN. NUR EINE NENNUNG.

- 1: Ich kann mir unter dem Beruf der Soldatin bei der Bundeswehr eigentlich überhaupt nichts vorstellen
- 2: Ich habe ein paar allgemeine Vorstellungen, weiß aber nichts Genaues
- 3: Ich habe schon konkrete Vorstellungen, weiß aber nicht, ob diese richtig sind

- 4: Ich habe ganz konkrete Vorstellungen und glaube auch, dass diese richtig sind
98: Weiß nicht (NICHT VORLESEN)
99: Keine Antwort (NICHT VORLESEN)

FILTER: IF Q27A = 2, 3, 4

Q28A. Was stellen Sie sich konkret vor? Bitte nennen Sie mir einmal Ihre drei wichtigsten Vorstellungen vom Beruf des Soldaten.

FILTER: IF Q27B = 2, 3, 4

Q28B. Was stellen Sie sich konkret vor? Bitte nennen Sie mir einmal Ihre drei wichtigsten Vorstellungen vom Beruf der Soldatin.

INT.: OFFENE FRAGE (MAXIMAL DREI NENNUNGEN)

- 1: ANTWORT NOTIEREN
2: ANTWORT NOTIEREN
3: ANTWORT NOTIEREN
98: Weiß nicht (NICHT VORLESEN)
99: Keine Antwort (NICHT VORLESEN)

FILTER: IF Q27A = 2, 3, 4

Q29A1. Stellen Sie sich jetzt bitte einmal einen typischen Soldat bei der Bundeswehr vor. Wie würden Sie diese Person mit Hilfe der folgenden Eigenschaften beschreiben? Hierfür werden wir Ihnen wieder jeweils zwei gegensätzliche Eigenschaften zeigen. Mit dem Schieberegler zwischen den beiden Begriffen können Sie bestimmen, welcher der beiden Begriffe Ihren Meinung nach einen typischen Soldaten besser beschreibt. Bei manchen Eigenschaften wird es Ihnen vielleicht schwer fallen, ein Urteil abzugeben. Antworten Sie trotzdem einfach so, wie es Ihrem spontanen Gefühl am ehesten entspricht.

FILTER: IF Q27A = 1

Q29A2. Auch wenn Sie keine konkreten Vorstellungen von dem Beruf eines Soldaten haben, versuchen Sie sich jetzt bitte einmal einen typischen Soldat bei der Bundeswehr vorzustellen. Wie würden Sie diese Person mit Hilfe der folgenden Eigenschaften beschreiben? Hierfür werden wir Ihnen wieder jeweils zwei gegensätzliche Eigenschaften zeigen. Mit dem Schieberegler zwischen den beiden Begriffen können Sie bestimmen, welcher der beiden Begriffe Ihren Meinung nach einen typischen Soldaten besser beschreibt. Bei manchen Eigenschaften wird es Ihnen vielleicht schwer fallen, ein Urteil abzugeben. Antworten Sie trotzdem einfach so, wie es Ihrem spontanen Gefühl am ehesten entspricht.

FILTER: IF Q27B = 2, 3, 4

Q29B1. Stellen Sie sich jetzt bitte einmal eine typische Soldatin bei der Bundeswehr vor. Wie würden Sie diese Person mit Hilfe der folgenden Eigenschaften beschreiben? Hierfür werden wir Ihnen wieder jeweils zwei gegensätzliche Eigenschaften zeigen. Mit dem Schieberegler zwischen den beiden Begriffen können Sie bestimmen, welcher der beiden Begriffe Ihren Meinung nach eine typische Soldatin besser beschreibt. Bei manchen Eigenschaften wird es Ihnen vielleicht schwer fallen, ein Urteil abzugeben. Antworten Sie trotzdem einfach so, wie es Ihrem spontanen Gefühl am ehesten entspricht.

FILTER: Q27B = 1

Q29B2. Auch wenn Sie keine konkreten Vorstellungen von dem Beruf einer Soldatin haben, versuchen Sie sich jetzt bitte einmal eine typische Soldatin bei der Bundeswehr vorzustellen. Wie würden Sie diese Person mit Hilfe der folgenden Eigenschaften beschreiben?

Hierfür werden wir Ihnen wieder jeweils zwei gegensätzliche Eigenschaften zeigen. Mit dem Schieberegler zwischen den beiden Begriffen können Sie bestimmen, welcher der beiden Begriffe Ihren Meinung nach eine typische Soldatin besser beschreibt.

Bei manchen Eigenschaften wird es Ihnen vielleicht schwer fallen, ein Urteil abzugeben. Antworten Sie trotzdem einfach so, wie es Ihrem spontanen Gefühl am ehesten entspricht.

INT.: BITTE DIE ITEMS DEM BEFRAGTEN AUF DEM BILDSCHIRM ZEIGEN. DER SCHIEBEREGLER AUF DEN NÄCHSTEN SEITEN KANN ENTWEDER MIT DER PFEIL-NACH-LINKS/PFEIL-NACH-RECHTS-TASTE ODER MIT DEM MAUSZEIGER BEWEGT WERDEN.

ITEMS RANDOMISIEREN:

- 1) stark – schwach
- 2) körperlich fit – körperlich schlapp
- 3) fleißig – faul
- 4) mutig – ängstlich
- 5) selbstbewusst – schüchtern
- 6) charmant – uncharmant
- 7) elegant – plump
- 8) weltgewandt – weltfremd
- 9) modern – altmodisch
- 10) attraktiv – unattraktiv
- 11) intelligent – dumm
- 12) gebildet – ungebildet
- 13) professionell – unprofessionell
- 14) kreativ – einfallslos
- 15) talentiert – untalentierte
- 16) hilfsbereit – egoistisch
- 17) tolerant – intolerant
- 18) einfühlsam – gefühllos
- 19) freundlich – unfreundlich
- 20) teamorientiert – einzelgängerisch
- 21) angesehen – gering geachtet
- 22) sympathisch – unsympathisch
- 23) beliebt – unbeliebt
- 24) erfolgreich – erfolglos
- 25) glücklich – unglücklich

- 1: 1 Eigenschaft 1
- 2: 2
- 3: 3
- 4: 4
- 5: 5
- 6: 6
- 7: 7 Eigenschaft 2
- 98: Weiß nicht
- 99: Keine Antwort

(NICHT AUF LISTE)
(NICHT AUF LISTE)

FILTER: IF A = 1

Q30A. Haben Sie schon einmal daran gedacht, für eine gewisse Zeit eine berufliche Tätigkeit bei der Bundeswehr aufzunehmen – entweder als Soldat oder als ziviler Mitarbeiter? Haben Sie schon einmal mit diesem Gedanken gespielt, haben Sie diese Möglichkeit schon einmal ernsthaft erwogen oder haben Sie noch nie daran gedacht?

FILTER: IF A = 2

Q30B. Haben Sie schon einmal daran gedacht, für eine gewisse Zeit eine berufliche Tätigkeit bei der Bundeswehr aufzunehmen – entweder als Soldatin oder als zivile Mitarbeiterin? Haben Sie schon einmal mit diesem Gedanken gespielt, haben Sie diese Möglichkeit schon einmal ernsthaft erwogen oder haben Sie noch nie daran gedacht?

INT.: NUR EINE ANTWORT NOTIEREN.

- 1: Ja, ich habe schon einmal mit dem Gedanken gespielt.
- 2: Ja, ich habe diese Möglichkeit schon einmal ernsthaft erwogen.
- 3: Nein, ich habe noch nie daran gedacht.
- 98: Weiß nicht (NICHT VORLESEN)
- 99: Keine Antwort (NICHT VORLESEN)

FILTER: IF A = 1

Q31A. Könnten Sie sich zumindest für eine gewisse Zeit eine berufliche Tätigkeit bei der Bundeswehr vorstellen – entweder als Soldat oder als ziviler Mitarbeiter?

FILTER: IF A = 2

Q31B. Könnten Sie sich zumindest für eine gewisse Zeit eine berufliche Tätigkeit bei der Bundeswehr vorstellen – entweder als Soldatin oder als zivile Mitarbeiterin?

INT.: SKALA Q31 VORLEGEN. NUR EINE ANTWORT NOTIEREN.

- 1: Ja, ganz sicher
- 2: Ja
- 3: Eher ja
- 4: Vielleicht, unter Umständen
- 5: Eher nein
- 6: Nein
- 7: Nein, ganz sicher nicht
- 98: Weiß nicht (NICHT AUF LISTE)
- 99: Keine Antwort (NICHT AUF LISTE)

FILTER: IF Q31A OR Q31B = 1, 2, 3, 4

Q32. Wie viele Jahre würden Sie bei der Bundeswehr berufstätig sein wollen?

- 1: ENTSPRECHENDE ZAHL IN JAHREN BITTE HIER EINTRAGEN
- 2: Für ein ganzes Berufsleben (NICHT VORLESEN)
- 3: Kann ich noch nicht sagen (NICHT VORLESEN)
- 4: Ist mir egal (NICHT VORLESEN)
- 98: Weiß nicht (NICHT VORLESEN)
- 99: Keine Antwort (NICHT VORLESEN)

FILTER: IF Q31A = 1, 2, 3, 4

Q33A. Welche Tätigkeit würden Sie bei der Bundeswehr bevorzugen? Eine Tätigkeit als Soldat oder eine Tätigkeit als ziviler Mitarbeiter?

INT.: NUR EINE ANTWORT NOTIEREN.

- 1: Tätigkeit als Soldat
- 2: Tätigkeit als ziviler Mitarbeiter
- 3: Kann ich noch nicht sagen
- 4: Ist mir egal (NICHT VORLESEN)
- 98: Weiß nicht (NICHT VORLESEN)
- 99: Keine Antwort (NICHT VORLESEN)

FILTER: IF Q31B = 1, 2, 3, 4

Q33B. Welche Tätigkeit würden Sie bei der Bundeswehr bevorzugen? Eine Tätigkeit als Soldatin oder eine Tätigkeit als zivile Mitarbeiterin?

INT.: NUR EINE ANTWORT NOTIEREN.

- 1: Tätigkeit als Soldatin
- 2: Tätigkeit als zivile Mitarbeiterin
- 3: Kann ich noch nicht sagen
- 4: Ist mir egal (NICHT VORLESEN)
- 98: Weiß nicht (NICHT VORLESEN)
- 99: Keine Antwort (NICHT VORLESEN)

FILTER: IF Q33A OR Q33B = 1

Q34. In welchem Bereich der Bundeswehr könnten Sie sich eine militärische Laufbahn vorstellen? Was steht dabei an erster Stelle?

INT.: LISTE Q34 VORLEGEN. NUR EINE ANTWORT NOTIEREN.

- 1: bei der Marine
- 2: beim Heer
- 3: bei der Luftwaffe
- 4: in der Streitkräftebasis
- 5: beim Sanitätsdienst
- 6: Kann ich noch nicht sagen (NICHT AUF LISTE)
- 7: Ist mir egal (NICHT AUF LISTE)
- 98: Weiß nicht (NICHT AUF LISTE)
- 99: Keine Antwort (NICHT AUF LISTE)

FILTER: IF Q33A OR Q33B = 1

Q35. Welche militärische Laufbahn würden Sie anstreben?

INT.: LISTE Q35 VORLEGEN. NUR EINE ANTWORT NOTIEREN.

- 1: Laufbahn der Mannschaften (Soldaten, Gefreite)
- 2: Unteroffizierlaufbahn
- 3: Offizierlaufbahn mit Studium
- 4: Kann ich noch nicht sagen (NICHT AUF LISTE)
- 5: Ist mir egal (NICHT AUF LISTE)
- 98: Weiß nicht (NICHT AUF LISTE)
- 99: Keine Antwort (NICHT AUF LISTE)

FILTER: IF Q31A = 1, 2, 3, 4 OR Q31B = 1, 2, 3, 4

Q36. Einmal angenommen, Sie würden sich dafür entscheiden, bei der Bundeswehr berufstätig zu werden. Was meinen Sie? Wie würden Ihre Familie und Ihre Freunde reagieren?

INT.: SKALA Q36 VORLEGEN. ITEMS RANDOMISIERT VORLESEN.

- a) Mutter
 - b) Vater
 - c) Geschwister
 - d) Freunde
 - e) Partner/Partnerin
-
- 1: Zustimmend
 - 2: Eher zustimmend
 - 3: Weder zustimmend noch ablehnend (neutral)
 - 4: Eher ablehnend
 - 5: Ablehnend
 - 97: Trifft nicht zu/Nicht vorhanden (NICHT AUF LISTE)
 - 98: Weiß nicht (NICHT AUF LISTE)
 - 99: Keine Antwort (NICHT AUF LISTE)

FILTER: IF Q31A = 1, 2, 3, 4 OR Q31B = 1, 2, 3, 4

Q37. Wie wichtig wäre Ihnen die Meinung Ihrer Familie bzw. Ihrer Freunde in diesem Fall?

INT.: LISTE Q37 VORLEGEN. ITEMS RANDOMISIERT VORLESEN.

- Die Meinung ...
- a) der Mutter
 - b) des Vaters
 - c) der Geschwister
 - d) der Freunde
 - e) des Partners/der Partnerin
-
- 1: Gar nicht wichtig
 - 2: Weniger wichtig
 - 3: Wichtig
 - 4: Sehr wichtig
 - 5: Außerordentlich wichtig
 - 97: Trifft nicht zu/Nicht vorhanden (NICHT AUF LISTE)
 - 98: Weiß nicht (NICHT AUF LISTE)
 - 99: Keine Antwort (NICHT AUF LISTE)

WIEDER AN ALLE

Q38. Was spricht ihrer Meinung nach dafür, für eine gewisse Zeit bei der Bundeswehr beruflich tätig zu sein?

INT.: OFFENE FRAGE (MAXIMAL ZWEI NENNUNGEN)

- 1: ANTWORT NOTIEREN
- 2: ANTWORT NOTIEREN
- 98: Weiß nicht (NICHT VORLESEN)
- 99: Keine Antwort (NICHT VORLESEN)

Q39. Was spricht ihrer Meinung nach dagegen, für eine gewisse Zeit bei der Bundeswehr beruflich tätig zu sein?

INT.: OFFENE FRAGE (MAXIMAL ZWEI NENNUNGEN)

- 1: ANTWORT NOTIEREN
- 2: ANTWORT NOTIEREN
- 98: Weiß nicht (NICHT VORLESEN)
- 99: Keine Antwort (NICHT VORLESEN)

Q40. Stellen Sie sich jetzt bitte einmal vor, die Bundeswehr wäre eine reine Berufsarmee, es gäbe also keine Wehrpflichtigen mehr, sondern nur noch freiwillig dienende Soldaten und Soldatinnen. – Wäre Ihr Interesse an einer beruflichen Tätigkeit bei der Bundeswehr dann größer oder geringer?

INT.: SKALA Q40 VORLEGEN. EINE ANTWORT NOTIEREN.

- 1: Mein Interesse wäre geringer
- 2: Interesse bliebe davon unberührt
- 3 Mein Interesse wäre größer
- 98: Weiß nicht (NICHT AUF LISTE)
- 99: Keine Antwort (NICHT AUF LISTE)

Q41. Und stellen Sie sich jetzt bitte einmal vor, die Bundeswehr würde in Zukunft verstärkt im Ausland eingesetzt werden, d. h. die Soldaten und Soldatinnen wären häufiger in Krisenregionen stationiert. – Wäre Ihr Interesse an einer beruflichen Tätigkeit bei der Bundeswehr dann größer oder geringer?

INT.: SKALA Q40 LIEGT NOCH VOR. EINE ANTWORT NOTIEREN.

- 1: Mein Interesse wäre geringer
- 2: Interesse bliebe davon unberührt
- 3 Mein Interesse wäre größer
- 98: Weiß nicht (NICHT AUF LISTE)
- 99: Keine Antwort (NICHT AUF LISTE)

Q42. Waren Sie selbst oder jemand aus Ihrer Familie bzw. einer Ihrer Freunde in den letzten zwei bis drei Jahren arbeitslos?

INT.: LISTE Q42 VORLEGEN. ITEMS RANDOMISIERT VORLESEN.

- a) Ich selbst
- b) Mutter
- c) Vater
- d) Bruder oder Schwester
- e) Freund oder Freundin
- f) Partner oder Partnerin

Genannte Person war ...

- 1: nie arbeitslos
- 2: einmal arbeitslos für weniger als ein halbes Jahr
- 3: einmal arbeitslos für mehr als ein halbes Jahr
- 4: mehrmals arbeitslos für weniger als ein halbes Jahr
- 5: mehrmals arbeitslos für mehr als ein halbes Jahr
- 6: in diesem Zeitraum dauerhaft arbeitslos

- 7: arbeitslos, kann aber nicht sagen, wie oft oder wie lange
 98: Weiß nicht (NICHT AUF LISTE)
 99: Keine Antwort (NICHT AUF LISTE)

Q43. Es gibt ja unterschiedliche Vorstellungen darüber, wie man sein Leben leben will und was einem in seinem Leben wichtig ist. Wie ist das bei Ihnen? Wie wichtig sind Ihnen persönlich die folgenden Dinge in Ihrem Leben?

INT.: SKALA Q43 VORLEGEN. ITEMS RANDOMISIERT VORLESEN.

- a) Selbständig denken und handeln
- b) Allein auf Ideen kommen
- c) Sich von unangenehmen Dingen nicht so leicht unterkriegen lassen
- d) Die eigene Meinung vertreten, auch wenn die Mehrheit anders denkt
- e) Keine Angst vor Konflikten haben
- f) Den Mut haben, nein zu sagen
- g) Hilfsbereit gegenüber anderen Menschen sein
- h) Mit anderen teilen, etwas abgeben können
- i) Menschen, die anders sind, akzeptieren
- j) Jeden Menschen so akzeptieren, wie er ist
- k) Etwas für die Gesellschaft leisten
- l) Andere Kulturen kennen lernen
- m) Diszipliniert sein
- n) Sich im Griff haben, Selbstbeherrschung zeigen
- o) Sich in eine Ordnung einfügen, sich anpassen können
- p) Bescheiden sein
- q) Gründlich sein in allen Dingen
- r) Regelmäßig feste Summen sparen

- 1: Gar nicht wichtig
 2: Weniger wichtig
 3: Wichtig
 4: Sehr wichtig
 5: Außerordentlich wichtig
 98: Weiß nicht (NICHT AUF LISTE)
 99: Keine Antwort (NICHT AUF LISTE)

Q44. Und wie ist das bei diesen Punkten? Wie wichtig sind Ihnen persönlich die folgenden Dinge in Ihrem Leben?

INT.: SKALA Q43 LIEGT NOCH VOR. ITEMS RANDOMISIERT VORLESEN.

- a) Auch in 20 oder 30 Jahren noch gut aussehen
- b) Sich auch mit 30 oder 40 Jahren noch jugendlich anziehen können
- c) Viel Geld auf der hohen Kante haben
- d) In seinem Leben einmal viel Geld verdienen
- e) Vor allem Spaß haben und viel erleben
- f) Das eigene Äußere
- g) So bleiben, wie man ist
- h) Tun und lassen können, was man gerade will
- i) Frei von Verpflichtungen sein
- j) Sich nicht von anderen beeinflussen lassen
- k) Den eigenen Kopf durchsetzen
- l) Immer sagen, was man denkt
- m) In einer glücklichen Partnerschaft leben
- n) Kinder haben

- o) Eine eigene Familie aufbauen, in der man sich wohlfühlt
- p) Sich später ein angenehmes Zuhause schaffen
- q) Seinen Kindern einmal ein sicheres Zuhause bieten
- r) Treu sein
- s) Umziehen, wenn es der Job erfordert
- t) Eine vernünftige Ausbildung
- u) Ein solider Beruf, mit dem man auf eigenen Beinen steht
- v) Ein Beruf, der einem auch später etwas bedeutet
- w) Einen sicheren Arbeitsplatz haben
- x) Eine interessante Arbeit haben

1: Gar nicht wichtig

2: Weniger wichtig

3: Wichtig

4: Sehr wichtig

5: Außerordentlich wichtig

98: Weiß nicht

(NICHT AUF LISTE)

99: Keine Antwort

(NICHT AUF LISTE)

Ende der Befragung